



nichts erzeugt so grosse  
bilder im kopf, wie musik

nothing generates more than  
pictures in our mind than music

Bachelorarbeit  
Marie Anett Bohr



# BACHELORARBEIT

Frau  
Marie Bohr

Nichts erzeugt so große Bilder im Kopf, wie Musik

Wahrnehmung, Wirkung und Bedeutung von Musik  
im Film und in der Werbung

2012

Nichts erzeugt so große Bilder im Kopf, wie Musik

Wahrnehmung, Wirkung und Bedeutung von Musik  
im Film und in der Werbung

Autorin:  
Marie Bohr

Studiengang:  
Film und Fernsehen (Regie)

Seminargruppe:  
FF09w2-B

Matrikelnummer:  
29253

Erstprüfer:  
Professor Peter Gottschalk

Zweitprüferin:  
Ulla Hocker

Einreichung:  
Mittweida, 03.08.2012

Nothing generates more than pictures in our mind than music  
perception, effect and meaning of music in movies and  
advertising

author:  
Mrs. Marie Bohr

course of studies:  
film and tv (direction)

seminar group:  
FF09w2-B

matriculation number:  
29253

first examiner:  
Professor Peter Gottschalk

second examiner:  
Ulla Hocker

submission:  
Mittweida, 3rd August 2012

## Bibliografische Angaben

Nachname, Vorname:  
Bohr, Marie

Thema der Bachelorarbeit:  
Nichts erzeugt so große Bilder im Kopf, wie Musik  
Wahrnehmung, Wirkung und Bedeutung von Musik  
im Film und in der Werbung

Topic of thesis:  
Nothing generates more than pictures in our mind than music  
perception, effect and meaning of music in movies and advertising

113 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2012

## Abstract

Das emotionale Erleben eines Filmes wird zu einem großen Teil von Filmmusik ausgelöst und gesteuert. Unklar ist die Verbindung zwischen Filmmusikproduktion und -rezeption, d.h. ob die intendierten emotionalen Wirkungen der Filmemacher auch den Rezipienten erreichen. Die vorliegende Bachelorarbeit beschäftigt sich mit den Wahrnehmungs-, Funktions- und Wirkungsprozessen von Filmmusik. Dabei werden zwei Genres genauer betrachtet, der Kinofilm und die Werbung. Hierfür werden abschließend je ein Beispiel genauer in Betracht gezogen: „Jacky Brown“ als Repräsentant des Kinofilms und „Coca Cola“ für den Werbefilm.

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>1. Einleitung</b>	<b>11</b>
<b>2. Historische Hintergründe</b>	<b>15</b>
2.1. Geschichte der Filmmusik	15
2.2. Geschichte der Werbemusik	17
<b>3. Grundlagen der Wahrnehmung und Wirkung von Musik</b>	<b>19</b>
3.1. Physiologische Grundlagen der Wahrnehmung	19
3.1.1. Das Gehör	19
3.1.2. Das Gehirn	20
3.1.3. Die Verarbeitung auditiver Signale im Gehirn	23
3.1.4. Die audiovisuelle Wahrnehmung	24
3.2. Psychologische Grundlagen der Wahrnehmung	25
3.2.1. Gestalttheorie	26
3.2.2. Hypothesentheorie	26
3.2.3. Orientierungstheorie	
3.3. Demographische und soziale Faktoren der selektiven Wahrnehmung	27
3.4. Konsequenzen für die Filmmusikrezeption	28
3.4.1. Rezeptionssituation Kino	29
3.4.2. Rezeptionssituation Werbung	29
3.4.3. Aufmerksamkeit und Bewusstsein im Film	30
<b>4. Funktionale Rolle von Musik im Film</b>	<b>31</b>
4.1. Definition funktionale Musik	31
4.2. Verhältnis von Bild und Musik	31
4.2.1. Semantische Korrelation	32

4.2.2. Kontinuität und formale Korrelation	32
<b>4.3. Funktionsmodelle von Musik</b>	<b>34</b>
4.3.1. Funktionsmodell nach Zofia Lissa	37
4.3.2. Funktionsmodell nach Hansjörg Pauli	41
4.3.3. Metafunktionen	44
4.3.4. Musikdramaturgie	46
<b>6. Wirkung und Bedeutung von Filmmusik</b>	<b>49</b>
6.1. Einflussgrößen von Filmmusik auf die Rezeption	50
6.1.1. Bild und Musik	50
6.1.2. Musikalische Parameter	50
6.2. Kollative Eigenschaften	51
6.3. Filmmusiktechniken	53
6.4. Wahrnehmung des Rezipienten und emotionale Wirkung von Filmmusik	60
<b>7. Wirkung und Bedeutung von Musik im Film „Jacky Brown“ von Quentin Tarantino</b>	<b>67</b>
7.1. Einleitung	67
7.2. Kurzbiografie Quentin Tarantino	68
7.3. Literaturverfilmung Jacky Brown	68
7.4. Inhaltsangabe	69
7.5. Figuren	69



	9
<b>7.6. Die Musik zu Jacky Brown</b>	<b>71</b>
7.6.1. Musik als Aufmerksamkeits-Auslöser am Beispiel „Across 110th Street“	72
7.6.2. Der Effekt des Polarisierens am Beispiel „Streetlife“	75
7.6.3. Die Funktion des Kontrapunktes am Beispiel der Mordszenen	78
7.6.4. Beschreibung der Bindung von Max Cherry & Jackie Brown durch Musik	78
<b>7.7. Schlussbetrachtung</b>	<b>82</b>
 <b>8. Wirkung und Bedeutung von Musik im Werbefilm „Coca Cola“</b>	 <b>87</b>
 8.1. Einleitung	 87
 8.2. Grundlagen des Audio-Brandings	 87
8.2.1. Die Marke	87
8.2.2. Definition Audio-Branding	88
8.2.3. Definition Corporate Sound	88
8.2.4. Elemente des Audio-Brandings	89
 8.3. Coca-Cola	 90
8.3.1. Coca Cola und die Musik	91
8.3.2. Bedeutung der Musik in „First Time“	92
8.3.3. Bedeutung der Musik in „Wonderful Dream“	93
 8.4. Schlussbetrachtung	 94
 <b>9. Fazit</b>	 <b>95</b>
 <b>10. Anhang</b>	 <b>99</b>
10.1. Literaturverzeichnis	99
10.2. Internetquellen	103
10.3. Filmverzeichnis	105
10.4. andere Quellen	107
10.5. Begriffserklärungen	108

10.6. Soundtrackverzeichnis Jacky Brown	108
10.7. Soundtrackverzeichnis Coca-Cola	111
10.8. Eigenständigkeitserklärung	113

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Anatomie des Ohres.....	20
Abb. 2: Anatomie des Gehirns.....	23

## 1. Einleitung

„Musik ist die beste Art der Kommunikation.“<sup>1</sup>

Der italienische Sänger und Liedermacher *Angelo Branduardi*<sup>2</sup> bringt es auf den Punkt, was Musik bedeutet. Musik kommuniziert!

Musik umgibt den Menschen täglich, ob gewollt oder ungewollt, ob bewusst oder unterbewusst.

Musik ist Zuhause, auf Arbeit, in Umgebungen wie Einkaufsläden, Cafés, Bars und Clubs, Melodien tönen aus den Medien, also im Fernsehen, im Radio, im Internet, im Kino, in Videospielen, Musik ist auf dem Handy oder MP3-Player, Musik ist dort, wo der Mensch ist.

Es gibt wohl nur wenige Dinge, die uns auf so einfache Weise mit Glück erfüllen können, die derart präsent sind und einen so großen Einfluss auf unser Leben haben, wie Musik. Dieses Wissen nutzen Filmemacher<sup>3</sup> und Komponisten bewusst für die Wirkung ihres Films, um Kontexte herzustellen, zur Emotionalisierung, zur Einführung in der Werbung sogar zur Verkaufssteigerung der Ware!

Was wissen wir noch von der Handlung in „*Spiel mir das Lied vom Tod*“<sup>4</sup>?

Aber welche Erinnerung ist noch an die Wirkung der von *Ennio Morricone* (ital. Komponist) als Stilmittel verwandten Mundharmonika in den Köpfen der Menschen?

Doch nicht immer wird Musik nach der Rezeption eines Films so viel Beachtung und Erinnerung geschenkt. Meistens heißt es: „*Die Schauspieler waren aber gut*“, oder auch: „*Der Film war lustig*“.

Teilweise ist Musik im Film so präsent, dass wir sie bewusst wahrnehmen, aber oftmals spielt die Musik eine unterbewusste, hintergründige Rolle.

---

<sup>1</sup> Zitat aus Internetquelle 1

<sup>2</sup> ebd.

<sup>3</sup> Anm.: zugunsten der angenehmeren Lesbarkeit wird nachfolgend auf die weibliche Geschlechtsform von Worten verzichtet, gemeint sind natürlich immer beide Geschlechter

<sup>4</sup> vgl. Filmverzeichnis

Die drei Töne des „*Telekom-Jingles*“ kann wahrscheinlich ein Großteil der Zuschauer summen, obwohl man sich Werbung grundsätzlich eher unfreiwillig anhört. Die Werbebranche arbeitet bewusst mit einprägsamen Tönen und Melodien.

Wie nehmen wir Musik wahr? Warum erinnern wir uns mal an die Filmmusik<sup>5</sup> und mal nicht? Hat Musik eine Funktion, auch wenn wir sie nicht bewusst wahrnehmen? Warum erinnern wir uns häufig an in der Werbung verwandte Musik, obwohl die Werbung ein Medium ist, dessen sich die meisten Menschen lieber entziehen wollen?

Gibt es grundlegende Unterschiede zwischen Film- und Werbemusik?

Fakt ist: ohne die gewählte Musik wären Filme nicht dieselben, denn Musik wirkt!

Doch welche Funktionen besitzt Filmmusik, welche Wirkungen kann sie erzielen und welche Bedeutung trägt die Musik schließlich für das Filmerleben?

Aus den verschiedenen Forschungstraditionen heraus wurde der Filmmusik eine Vielzahl an Funktionen und möglichen Wirkungen zugeschrieben, insbesondere die Emotionalisierung des Rezipienten. Zahlreiche Studien beschäftigen sich mit dem Einfluss der Musik auf die Wahrnehmung von Emotion im Filmerleben. Allerdings gibt es bislang nur wenige fundierte theoretische Überlegungen und empirische Studien zum Einfluss der Musik auf die Induktion von Emotionen im Filmkontext.

Um der grundlegenden Fragestellung: **Beeinflusst Musik das Rezeptionserleben von Filmen?** näher zu kommen eignen sich viele Studien und Modelle der letzten Jahrzehnte. Um eine möglichst komplexe Antwort auf gestellte Fragen zu liefern, werden in dieser Bachelorarbeit sowohl Ansätze von bekannten, oft zitierten Standardwerk-Autoren aber auch weniger bekannte Ansätze besprochen und vereint. Sowohl traditionelle und aktuelle Beiträge tragen zu einer fundierten, vielseitigen Argumentationskette bei.

---

<sup>5</sup> Anm.: mit Filmmusik ist nachfolgend zugunsten der Lesefreundlichkeit Musik im Film allgemein, also Kinofilm und Werbefilm, gemeint, es sei denn, es wird aus Unterscheidungsgründen gesondert erwähnt

Daher ist es das Ziel der vorliegenden Arbeit, sich den geschichtlichen Hintergründen, der Wahrnehmung, Funktion und Wirkung von Filmmusik aus einer primär medienpsychologischen Perspektive zu nähern.

### Aufbau der Bachelorarbeit

Die vorliegende Arbeit ist nach zentralen Merkmalen sinnvoll aufgebaut. Die Wahrnehmung, Wirkung und Bedeutung von Musik wird an zwei verschiedenen Medien erläutert. Denn die Ausgangssituation zur Rezeption eines Kinofilms ist eine andere als bei einem Werbefilm. Dennoch wird es Abschnitte geben, in denen von Filmmusik allgemein gesprochen wird, da eine Trennung beider Genres nicht immer notwendig war!

Um Filmmusik wahrzunehmen, muss diese erst einmal vorherrschend sein. Deshalb beschäftigt das nachfolgende Kapitel mit den historischen Hintergründen der Kinofilmmusik und der Werbefilmmusik und damit auch mit frühen Funktionen der Musik des Films.

Das dritte Kapitel erläutert die Grundlagen der Wahrnehmung von Filmmusik, sowohl auf biologischer, psychologischer, sozialer und demographischer Ebene. Schon während der Recherche kristallisierte sich heraus, dass der Wahrnehmungsprozess eindeutig mit dem Wirkungsprozess zusammenhängt und sich bereits vieles an Funktionen und Wirkungen an der Studie unseres Gehöres und Gehirns ableiten lässt.

Anschließend und ergänzend beschäftigt sich das vierte Kapitel mit der funktionalen Musik an ausgewählten, relevanten Funktionsmodellen. Diese Funktionen weisen sehr deutlich auf nachfolgend erläuterte Wirkungen von Filmmusik hin.

In diesem Kapitel werden bereits erwähnte Informationen mit Wirkungsmodellen gekoppelt. Da die Wirkung, wie sich während der Erarbeitung des Stoffes herausgestellt hat, zu großen Teilen gleich der Bedeutung ist, finden sich hier viele tiefgründig betrachtete Wirkungen und Wirkungsmodelle und ebenso viele Hinweise und Ergänzungen anderer Autoren, um ein möglichst umfangreiches Spektrum an Informa-

tionen weiterzugeben, denn Musik ist schon vielseitig, die Wirkung und Bedeutung für den Film erst recht!

Abschließend werden die Wirkung und Bedeutung von Musik im genrespezifischen Kontext gezeigt. Der Film „*Jacky Brown*“<sup>6</sup> von *Quentin Tarantino* dient dabei als exemplarisches Beispiel für die Kinofilmmusik. Dieses Beispiel wurde ausgewählt, einerseits aufgrund der persönlichen Vorliebe für die Filmmusik und andererseits, da die Musik in diesem Hollywoodklassiker eine wichtige und sehr bedeutende Rolle spielt. Für die Wirkung und Bedeutung der Werbefilmmusik dient „*Coca Cola*“ als Betrachtungsbeispiel.

Die Herangehensweise ist für beide Filmmusikbeispiele gleich: Neben Hintergrundinformationen und der Analyse beider Genres, mache ich ein Selbstexperiment: die Filme bzw. Filmauszüge werden erst ohne Musik, dann mit Originalton und dann mit selbst ausgewählter Musik unterlegt um zu verstehen, wozu Musik in der Lage ist!

Grundsätzlich ist zu betonen, dass alle Kapitel schlüssig aufeinander aufbauen und so viel wie nötig und so kurz wie möglich relevante Inhalte erläutern.

Leider kann nicht jeder Autor in einer Arbeit diesen Umfangs Gehör finden, nicht jede Funktion oder Wirkung der Musik detailreich erläutert werden und nicht tiefgründig auf musikalische Parameter eingegangen werden.

Doch eines ist klar:

Nichts erzeugt so große Bilder im Kopf wie Musik!

---

<sup>6</sup> vgl. Filmverzeichnis

## 2. Historische Hintergründe

Zu Beginn dieser Arbeit liegt mein Augenmerk auf den historischen Hintergründen der Filmmusik. Bevor über die Musik selbst gesprochen werden kann, stellt sich die Frage: Wie kam die Musik zum Film?

### 2.1. Geschichte der Filmmusik

Grundlage des Bewegtbildes ist die Aneinanderreihung fotografischer Bilder. Erste Bewegtbilder soll es bereits im 17. Jahrhundert durch die Erfindung der ‚Laterna magica‘<sup>7</sup> gegeben haben. Mit Hilfe von Kerzenschein (später Öllampen) und einer Linse warf die Laterne Bilder vergrößert an eine Wand. Die französischen Brüder *Lumière* und die Gebrüder *Skladanowsky* aus Russland waren die ersten Filmemacher der Geschichte. 1895, im Varieté ‚Wintergarten‘ in Berlin Mitte, fand die erste Filmaufführung statt. Dieser Film wurde mit externer Orchesteruntermalung begleitet.<sup>8</sup>

Mit diesem Ereignis beginnt also die Ära des Stummfilms. Wobei mit ‚Stummfilm‘ ein Film gemeint ist, der im Gegensatz zum Tonfilm ‚stumm‘, also ohne Tonspur ist, aber dennoch extern mit Geräuschen untermalt war. Die Stummfilm-Zeit endet mit der Einführung des Tonfilms im Jahr 1927 und seiner Durchsetzung um 1929/1930.<sup>9</sup>

In der filmgeschichtlichen Forschung kam es zu unterschiedlichen Überlegungen, warum Filme mit Musik unterlegt wurden.

*Hans Christian Schmidt* erläutert zwei Gründe für die Musikuntermalung.

Erstens: allein durch das Visuelle fehle dem Zuschauer der Wirklichkeitsbezug und  
Zweitens: die abgedunkelten Vorführräume würden den Zuschauer in Angst und Unbehaglichkeit versetzen, sodass vertraute Geräusche (Musik) dieses Gefühl relativieren sollten.<sup>10</sup>

Logischer erscheint mir jedoch, dass somit das damals noch sehr laute Vorführgerät übertönt wurde und das Augenmerk mehr auf dem Film liegt. Vielleicht hatte die Musikuntermalung schon damals einen dramaturgischen, gestalterischen oder gar emotionalen Sinn.

---

<sup>7</sup> vgl. Begriffserklärungen

<sup>8</sup> vgl. Deutsche Kinemathek, Museum für Film und Fernsehen

<sup>9</sup> vgl. Fabich (1993), S.13

<sup>10</sup> vgl. Schmidt (1988), S. 408 f.

Der Vorteil, die Musik gezielter, genauer und einheitlicher zum Film einzusetzen, war Grund genug für die Entstehung des Tonfilms. Hierbei wird die Musik parallel mit dem Bild aufgenommen.

Am 6. Oktober 1927 wurde in New York die Uraufführung des Warner Bros.-Films *"The Jazz Singer"* als Premiere des ersten ‚sprechenden Films‘ gefeiert.<sup>11</sup>

Unter Filmmusik versteht man Musik, die für einen konkreten Film neu komponiert wurde, oder aus bereits vorhandener Musik zusammengesetzt und aufgeführt wird. Filmmusik kann auch improvisiert sein.

Allgemein kann zwischen unterschiedlichen Kompositionstechniken unterschieden werden, die sowohl als diegetische (auch On- bzw. Source-Musik: ist Teil der filmischen Realität) oder nicht-diegetische (auch Off- bzw. Score-Musik, ist kein Teil der filmischen Realität und wird nur vom Zuschauer wahrgenommen) verwendet werden können.<sup>12</sup>

Bekannte Filmmusikkomponisten der Gegenwart sind unter Anderen:

*Ennio Morricone* („*Spiel mir das Lied vom Tod*“, „*Cinema Paradiso*“, „*Zwei glorreiche Halunken*“, u.v.m.),

*Hans Zimmer* („*Fluch der Karibik*“, „*Sherlock Holmes*“, „*Inception*“, „*Der König der Löwen*“, „*The Da Vinci Code*“, „*Miss Daisy und ihr Chauffeur*“, „*True Romance*“ u.v.m.),

*John Williams* („*Star Wars*“, „*Der weiße Hai*“, „*Superman*“, „*E.T.*“, „*Schindlers List*“, „*Die Geisha*“ u.v.m.) oder

*James Newton Howard* („*Pretty Women*“ u.v.m.)<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> vgl. Internetquelle 2

<sup>12</sup> ebd.

<sup>13</sup> vgl. Filmverzeichnis



## 2.2. Geschichte der Werbemusik

Man könnte vermuten, dass der erste Einsatz von Werbemusik mit der Inbetriebnahme des Radios 1920 erfolgte.

Doch bereits im 13. Jahrhundert versuchten Händler aus Paris, die Marktbesucher mit ihren Werbesängern zu beeinflussen und zum Kaufen des angepriesenen Produktes zu animieren.

Ebenfalls scheint der Ausspruch ‚die Werbetrommel rühren‘ aus einer früheren Zeit zu stammen, in der die Bewohner eines Gebietes durch Trommelwirbel auf die Ankunft eines Händlers hingewiesen wurden. Anders als in der Filmmusik-Historie, hatte hier die Musik die Aufgabe, den Verbraucher auf den Verkauf und die Ware aufmerksam zu machen.<sup>14</sup>

Radiomusik und somit auch Werbemusik wurde ab dem Jahr 1927 populär. Anfänglich hatte hier die Werbung Nachrichtencharakter, mit deren Hilfe man versuchte Überkapazitäten und verderbliche Ware schneller abzusetzen.

Uns heute bekannte Radiowerbung wurde erstmals ab dem Jahre 1949 vom Bayrischen Rundfunk ausgestrahlt, damals hieß es noch ‚Tönende Anzeigen‘.

Bereits ein Jahr später fanden in den USA Experimente zur Wirkung von Musik in der Werbung statt wie am Beispiel der bekannten Popcornwerbung im Kino. Hier wurde während der Filmvorführung der Satz „Eat Popcorn“ (dt.: „Iss Popcorn“) für eine dreitausendstel Sekunde eingeblendet. Laut den Untersuchungen aß das Publikum aufgrund dieser Werbung instinktiv mehr Popcorn.<sup>15</sup>

Die Bedeutung der Musik in der Werbung nahm ab dem Jahr 1984 erheblich zu. Laut einer Studie des Radiosenders SFB1 wurden bereits 1984 von 125 ausgestrahlten Spots 100 mit Musik unterlegt.<sup>16</sup> In diesem Jahr startete die Firma Levis die „Back to Basics“-Kampagne, die mit Rock- und Souklassikern, wie „*Wonderful World (Don't know much)*“ von *Sam Cooke* hinterlegt wurde.

---

<sup>14</sup> vgl. Tauchnitz (1990) S.83 f.

<sup>15</sup> vgl. Internetquelle 3

<sup>16</sup> vgl. Tauchnitz, S.4

Andere Unternehmen folgten dem Vorbild Levis, so dass es zu einer Kooperation der Musik- und Konsumgüterindustrie kam. Später wurden sogar CDs von Coca Cola oder anderen Firmen herausgebracht.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> ebd., S. 85

### **3. Grundlagen der Wahrnehmung und Wirkung von Musik**

Nachdem die Frage der historischen Hintergründe von Filmmusik geklärt sind, wird im folgenden Kapitel auf die Grundlagen der Wahrnehmung und Wirkung von Musik eingegangen. Um die Wirkung von Musik nachvollziehen zu können, muss erst einmal ein Grundverständnis für die menschliche Wahrnehmung geschaffen werden. Nachdem diese Aspekte erläutert sind, kann die Wirkung der Musik verstanden werden.

Beginnen werde ich mit der biologischen Ebene und den damit verbundenen Prozessen und Auswirkungen im hirnstrukturalen Bereich.

#### **3.1. Physiologische Grundlagen der Wahrnehmung**

##### **3.1.1. Das Gehör**

Der Hörvorgang spielt sich in drei Bereichen des Ohrs ab: dem Außenohr, Mittelohr und Innenohr<sup>18</sup>.

Das Hören beginnt mit dem Auftreffen von Schallwellen im Außenohr. Diese werden dann über den Gehörgang an das Trommelfell geleitet und versetzen dieses in Schwingungen. Diese Schwingungen werden über die so genannten Gehörknöchelchen, übertragen. Die Gehörknöchelchen verstärken das Signal, bevor es an das Innenohr weitergeleitet wird.

Im Innenohr befindet sich die mit Flüssigkeit gefüllte Hörschnecke, die mit tausenden kleinen Haarzellen ausgekleidet ist. Wenn sich die Flüssigkeit wellenartig in der Hörschnecke bewegt, werden ca. 12.000 Haarzellen angeregt. Je nach Frequenz und Intensität des Klangs werden unterschiedliche Haarzellen bewegt.

Diese Bewegungen werden in Form von Nervenimpulsen über den Hörnerv an das Gehirn zur Verarbeitung weitergeleitet und vom Gehirn als Signal decodiert (konvertiert).<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Siehe Abb.1, S. 20

<sup>19</sup> Vgl. De la Motte-Haber (1984), S. 26 ff.



Abb. 1: Anatomie des Ohres<sup>20</sup>

### 3.1.2. Das Gehirn

Die Weiterleitung des Signals ist äußerst kompliziert, wobei parallele und multiplikative Analysen und Verarbeitungen in unterschiedlichen Teilen des Gehirns vorstat-  
ten gehen.<sup>21</sup>

Bevor ein sensorischer Reiz sich seinen Weg in die Großhirnrinde bahnt und somit ins Bewusstsein dringt, muss er das limbische System passieren, das sich innerhalb des Großhirns befindet. Es stellt das Zentrum vegetativer (vgl. Begriffserklärung) und hormonaler Vorgänge im Körper dar. Da es damit auch der hierarchisch wichtigste Regulator von Emotionen ist, erhält alles, was wir bewusst wahrnehmen, vorab eine affektive Färbung.

Diese Färbung ist oft wesentlich für Entscheidungen und Reaktionen des Menschen.<sup>22</sup>

<sup>20</sup> vgl. Internetquelle 4

<sup>21</sup> vgl. Altenmüller (2005), S. 327

<sup>22</sup> vgl. Hesse (2003), S. 43

Eintreffende Informationen werden durch den so genannten Hippocampus als unbekannte oder bekannte Elemente sortiert. Er ist somit für die Übertragung ins Lang- bzw. Kurzzeitgedächtnis verantwortlich.<sup>23</sup>

Durch den beschriebenen Vergleich neuer Reize mit Erfahrungen, zeigt die menschliche Wahrnehmung somit nicht mehr nur rein mechanische, sondern vor allem subjektive Komponenten der Verarbeitung auf.

Die höchste Instanz zur Schaltung und Koordination der Signale bildet der Thalamus im Zwischenhirn. Er ist direkt in das afferente und das efferente<sup>24</sup> Nervensystem gekoppelt und ist vermutlich der Ort, an dem die auditiven und die visuellen Reize zu einem Gesamterlebnis verwoben werden<sup>25</sup>. Am Thalamus stellt sich letztendlich heraus, welche Informationen aus den Sinnesorganen in die Hirnrinde weitergeleitet werden und welchen nur eine unbewusste Bearbeitung widerfährt.<sup>26</sup>

Da in unbewusste Areale auch Reize dringen, erklärt dieses Phänomen zum Beispiel die unterbewusste Wahrnehmung von Musik im Film! Bekannte und unwichtige Reize lehnt der Thalamus vollständig ab, da aus ihnen kein neues Wissen hervorgeht, es sei denn, sie können eine bereits vorhandene Verknüpfung festigen. Das könnte passieren, wenn wir ein bekanntes Motiv hören und wir uns daran freuen, dass wir es dem richtigen Stück zuordnen können.

Da das limbische System direkt mit dem Nervensystem verbunden ist, werden emotionale Reaktionen hier direkt bearbeitet.

Empfinden wir einen Reiz also als schmerzhaft, wird der Befehl gegeben, Tränen zu produzieren. Bewusst können wir eine Situation im Film durch die Handlung traurig oder schmerzhaft empfinden, unterbewusst spielt die Musik aber dennoch eine Rolle, um zum Beispiel Tränen zu produzieren.

Bei der Gesamtwahrnehmung eines Films ist zusätzlich die Verarbeitung von mehreren gleichzeitig eintreffenden Sinnesreizen von Bedeutung. Dabei kann es zu

---

<sup>23</sup> vgl. Bullerjahn (2001), S. 119

<sup>24</sup> vgl. Begriffserklärungen

<sup>25</sup> vgl. Bullerjahn (2001), S. 121

<sup>26</sup> Siehe Abb. 2, S. 23

Überschaltungen von mehreren komplexen Eindrücken kommen, die dann auf ihre Wichtigkeit hin überprüft werden müssen und entweder gedämpft oder aktiviert werden.

*„Aufgaben oder Reize innerhalb einer Verarbeitungsdimension stören sich gegenseitig stärker als Aufgaben oder Reize verschiedener Verarbeitungsdimensionen, d. h. akustische Reize stören andere akustische Reize mehr als z. B. visuelle.“<sup>27</sup>*

Inwieweit ein Sinnesreiz überwiegt, ließ sich in der Literatur nicht finden. Es gibt Positionen, die das Hörzentrum als wichtigstes Zentrum ansehen, da es ursprünglich als wichtigster Sinn galt:

*„Hören ist für uns eine Ur-Wahrnehmung, auf die wir – bei Divergieren den Inhalten der Informationen Auge und Ohr – im Entscheidungsfalle immer vertrauen. [...]. Hören ist kollektiv, vereinend. [...]. Das Sehen hingegen schafft Distanz und ist individuell gesteuert.“<sup>28</sup>*

Auf der anderen Seite gibt es Autoren, die von einer Dominanz der visuellen Informationen gegenüber den auditiven Informationen ausgehen. So stellt *Wolfgang Thiel* in seinem Buch ‚Filmmusik in Geschichte und Gegenwart‘ fest, dass grundsätzlich eine physiologisch bedingte Dominanz des Gesichtssinns herrscht:

*„Das bewusste Bemerken von Filmmusik ist somit physiologisch von der Gerichtetheit und der speziellen Interessenlage des Rezipienten abhängig.“<sup>29</sup>*

Zusammenfassend ist festzustellen, dass alle Reize, die in unser rationales Bewusstsein dringen, vorher schon emotional bewertet wurden.

Das Gedachte wird also immer gefühlt.<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> Zitat aus Bullerjahn (2001), S. 120

<sup>28</sup> Zitat aus Schneider (1986), S. 65

<sup>29</sup> Zitat aus Thiel (1981), S. 37

<sup>30</sup> vgl. Hesse (2003), S. 22

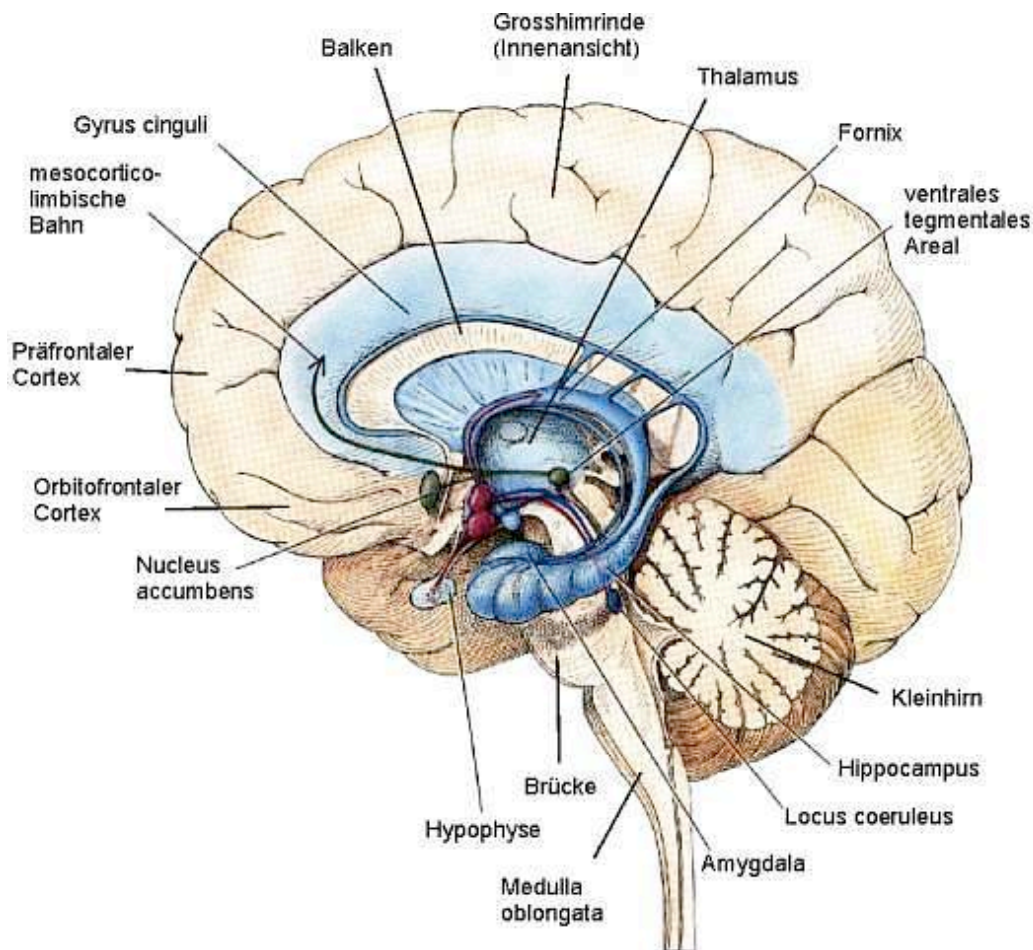


Abb. 2: Anatomie des Gehirns<sup>31</sup>

### 3.1.3. Die Verarbeitung auditiver Signale im Gehirn

Das Langzeitgedächtnis ist der Speicher für alle jemals erlernten Informationen oder interne Gedanken. Auf dessen Inhalten greift der Hippocampus beim Informationsabgleich zu. Von hier aus werden relevante Informationen bei Bedarf wieder abgerufen. Viele Informationen sind zwar latent vorhanden, lassen sich aufgrund fehlender Verknüpfungen aber nur schwer in Erinnerung bringen. Eine Information kann demnach bewusst, unterbewusst oder unbewusst vorliegen.<sup>32</sup>

Beim Speichervorgang werden Informationen oft mit Wünschen und Fantasien angereichert, individuell konstruiert und somit verzerrt.

<sup>31</sup> vgl. Internetquelle 5

<sup>32</sup> vgl. Bullerjahn (2001), S. 211 f.

Ein exaktes Abbild der objektiven Information gibt es dagegen selten.<sup>33</sup> Eine permanente Wiederholung einer Musik im Zusammenhang mit einer Sache, kann eine besonders intensive Verknüpfung verursachen. Das sehen wir an bestimmten Werben, deren musikalische Kennung untrennbar mit dem Produkt verbunden ist, zum Beispiel der „Telekom-Jingle“ oder dem „Merci, dass es dich gibt“ - Lied.

Wenn Musik uns in sehr emotionalen Momenten begleitet, wird sie also höchstwahrscheinlich aufgrund unseres Langzeitgedächtnisses gespeichert. Beim nächsten Erklängen der gleichen Musik wird uns die damalige Situation vor Augen gehalten. ‚Schatz, das ist unser Lied‘ ist hierfür das wohl bekannteste Beispiel.

#### 3.1.4. Die audiovisuelle Wahrnehmung

Die Filmwahrnehmung ist durch visuelle und auditive Reize geprägt. Welchen Anteil die auditiven Reize im Gegensatz zu den Visuellen haben, versuchen einige Autoren zu erfassen.

Das bewegliche und verschließbare Auge ist ein sehr aktives Organ, mit dem wir unsere Umwelt vorwiegend rational erschließen. Das Ohr ist im Grunde genommen ein passives Organ, das enger mit dem für Gefühle zuständigen limbischen System verknüpft ist als das Auge.

Wir hören im Bereich von 20 bis 20 000 Hz und können sieben Oktaven unterscheiden. Farben sehen wir zwischen 380 und 760 Billionen Hertz, was allerdings nur dem Umfang einer Oktave entspricht.<sup>34</sup>

Allerdings ist das Ohr im Vergleich zum Auge mit vergleichsmäßig wenig Sinneszellen ausgestattet. 3500 innere Haarzellen leiten ihre Informationen an 100 Milliarden Neuronen weiter. Das entspricht einem Verhältnis von 1:14 Millionen. Das Auge nimmt mit einer Millionen Zellen wahr, die von 200 Milliarden Neuronen im Verhältnis von 1:200 000 bearbeitet werden.

Die Zahlenverhältnisse verdeutlichen, dass dem Auge sehr viel weniger Nachbearbeitungspotential gegeben ist. Vermutlich aus diesem Grunde ist das Sehen nur eingeschränkt lernfähig und wesentlich unflexibler als das Hören.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Bullerjahn (2001), S. 210

<sup>34</sup> Schneider (1997), S. 30 f.

<sup>35</sup> Altenmüller (2005), S. 329



Unterschiede sind auch bei der zeitlichen Verarbeitung festzustellen. Versuchsteilnehmer reagieren auf auditive Signale bereits nach 7 ms (1 Millisekunde = 0.001 Sekunden), auf visuelle Reize erst nach 65 ms.

In einem weiteren Versuch von Altenmüller gaben Versuchspersonen an, auf zeitlich organisierte visuelle Blitze erst dann reagiert zu haben, nachdem sie diese im Kopf in einen Rhythmus übersetzt hatten.

Die audiovisuelle Verknüpfung findet vermutlich im Thalamus und in Teilen des Großhirns statt.<sup>36</sup>

Fazit:

*„Das Auge führt den Menschen in die Welt, das Ohr führt die Welt in den Menschen ein.“ (Lorenz Okens)*

### 3.2. Psychologische Grundlagen der Wahrnehmung

Filmmacher setzen Musik hauptsächlich als psychologisches Mittel ein. Denn durch entsprechende Musik kann eine Szene von uns, dem Rezipienten, dann auf die Weise verstanden werden, wie sie im Kontext des ganzen Films verstanden werden soll. Wir selektieren Informationen automatisch, je nach dem, was für uns interessant, relevant oder eine Verbindung zu bereits bekannten Informationen ist. Auch äußere Umstände können über unsere Wahrnehmung entscheiden.

*Helga De la Motte-Haber* spricht in ihrem ‚Handbuch zur Musikpsychologie‘ zum Beispiel von aktivierender Filmmusik, die sich der kognitiven Dimension entziehen kann.

*„Filmmusik kann auch auf die bloße Aktivierung zielen. In solchen Fällen muß eine neurale Stimulation sehr direkt wirksam werden. Die Verarbeitungstiefe des Gehörten muß außerdem klein bleiben. Je unmittelbarer reagiert werden kann, umso wirkungsvoller die Töne. Schnelle Musik erregt*

---

<sup>36</sup> Altenmüller (2005), S. 329 f.

*fast automatisch.“<sup>37</sup>*

Gleichzeitig hebt sie aber auch eine Ebene der bewussten Aneignung bzw. Ablehnung von affektiven Hörinformationen hervor:

*„Musik ist nicht nur Ausdruck höchster Freude und tiefster Trauer. Sie kann auch Gegenstand heftiger Ablehnung sein, wenn sie das Kategoriensystem des Hörers verletzt und er nicht zu einer Anpassung fähig ist.“<sup>38</sup>*

Die Psychologie behandelt verschiedene Hypothesen, die die selektive Wahrnehmung behandeln.

### 3.2.1. Gestalttheorie

*Christian von Ehrenfels* gilt Ende des 19. Jahrhunderts als Begründer der Gestalttheorie. Er beschreibt, dass wir Anordnungen von Objekten immer in Bezug zu einem Grund bzw. einem Rahmen wahrnehmen.<sup>39</sup> Auf die Musik übertragen meint er, dass die Töne einer Melodie nicht absolut empfunden werden, also nicht jeder Ton für sich isoliert verarbeitet wird, sondern in Relation zueinander.

Als Beweis bringt er an, dass Melodien in jede Tonlage transponiert und einfach wieder erkannt werden können. Die Kontur der Melodie ist das, was wir als Information speichern.<sup>40</sup>

### 3.2.2. Hypothesentheorie

*Bruner* und *Postman* erweiterten von Ehrenfels Theorie um die erfahrungsbasierte Komponente und beschrieben die Theorie der sozialen Wahrnehmung (Hypothesentheorie). Demnach bestimmen Hypothesen des Menschen den

---

<sup>37</sup> Zitat aus De la Motte-Haber, S. 238 f.

<sup>38</sup> Zitat aus ebd., S. 169

<sup>39</sup> vgl. Internetquelle 6

<sup>40</sup> vgl. De La Motte-Haber (1985), S. 421

Selektionsprozess, also gewisse Grundannahmen oder Ordnungsmuster, die durch Lernen allerdings aktiv geformt werden können.<sup>41</sup>

Demnach kann die Enttäuschung einer Erwartung stärkere emotionale Reaktionen zur Folge haben als deren Bestätigung.

Diese Tatsache kann sich die Filmmusik sehr zunutze machen, in dem sie Erwartungen beim Zuschauer legt, die dann nicht erfüllt werden.

### 3.2.3. Orientierungstheorie

Erscheint uns eine Information komplett neu oder gar widersprüchlich in unseren gespeicherten Gedächtnisinhalten und Erwartungen, tritt eine so genannte Orientierungsreaktion auf. Je stärker eine eintreffende Information sich von unseren Erwartungen entfernt, desto intensiver fällt dieser Reflex aus.<sup>42</sup>

### 3.3. Demographische und soziale Faktoren der selektiven Wahrnehmung

*„Was Menschen als einfach oder kompliziert empfinden, was ihnen gefällt oder nicht, ist nicht nur abhängig von der Gestaltung des Gesehenen oder Gehörten, sondern auch vom sozialen Kontext, der Vorbildung und dem Insgesamt der Persönlichkeitsstruktur.“<sup>43</sup>*

Helga de la Motte-Haber spricht hier einen entscheidenden Punkt in Bezug auf unsere Wahrnehmung an. Auf welche Daten der Hippocampus Zugriff hat, unterscheidet sich individuell auf gravierende Weise und ist logischerweise stark abhängig von Faktoren wie sozialem Status, Bildung, Medienerfahrung, Alter, etc.

Der soziale Status und somit die Bildung eines Menschen beeinflusst die Musikwahrnehmung erheblich. In Familien mit niedrigen sozialen Status kann es oft an einem vielseitigen Reizangebot für Kinder mangeln. Ein zu monotoner Tagesablauf führt zu Einseitigkeit und somit zu weniger Erfahrungen, auf die bei der Musikrezeption zurückgeführt werden könnte. Überforderung ist eine mögliche Folge.

---

<sup>41</sup> vgl. De La Motte-Haber (1985), S. 118

<sup>42</sup> vgl. Bullerjahn (2001), S. 128

<sup>43</sup> Zitat aus De La Motte-Haber (1985), S. 167

Auch die Musikerfahrung in der Kindheit prägt die spätere Wahrnehmung. Denn Kinder mit einer musikalischen Ausbildung haben später ein viel größeren Erfahrungswert als Kinder ohne musikalische Vorkenntnisse.<sup>44</sup>

Ebenfalls ist das Alter ausschlaggebend für die Wahrnehmung von akustischen Signalen. Ein älterer Mensch zum Beispiel ist aufgrund seiner langjährigen Erfahrung in bestimmten Musik- und Filmstilen geprägt. Untersuchungen belegen, dass ältere Menschen, die noch Stummfilm miterlebten, Filmmusik als störender empfinden als eine jüngere Klientel.<sup>45</sup>

Ferner konnten Musikpräferenzen bis zu einem gewissen Grad auch Persönlichkeitsmodellen zugeordnet werden. Beobachtungen legen nahe, dass stark dogmatische Persönlichkeiten neue, ungewohnte Musik tendenziell überdurchschnittlich stark ablehnen, da sie nicht in ihr vorhandenes, stringent geordnetes Wertesystem passt. Ängstliche schüchterne Personen gaben als musikalische Vorliebe vorwiegend ruhige Musiken und Interpreten an. Sicher kann von der Präferenz nicht rückwirkend auf die komplette Ausprägung einer Persönlichkeit geschlossen werden, dennoch sind Tendenzen zu Musikstilen doch ein interessanter Aspekt. Neu aufkeimende gesellschaftliche Moden können einzelne Personen so stark prägen, dass ihr Geschmack und Gefallen sich nach der breiten Masse richtet. Die Gruppendynamik ist ein nicht zu vernachlässigender Einflussfaktor, der sich auf unser Wohlgefallen auswirkt.<sup>46</sup>

### 3.4. Konsequenzen für die Filmmusikrezeption

Ob und wie intensiv Filmmusik sich wirkungsvoll entfalten kann, ist also aufgrund der psychologischen, physiologischen und sozialen Faktoren stark abhängig vom Individuum. Ein Musiker wird eintreffende musikalische Reize intensiver verknüpfen können als ein Nichtmusiker, da er dieser Information hohe Priorität einräumt.

Außerdem müssen bereits Erfahrungen gesammelt worden sein, um bestimmte Filmhandlungen auf intensive Weise nachvollziehen zu können. Die emotionale Reaktion eines Zuschauers ist somit am stärksten, wenn er die fiktiven Gefühle des Filmhelden auf eigene Erfahrungen zurückführen kann.

---

<sup>44</sup> vgl. De La Motte-Haber (1985), S. 192

<sup>45</sup> vgl. Bullerjahn (2001), S. 168

<sup>46</sup> vgl. De la Motte-Haber (1985), S. 186

Musik wird bewusst eingesetzt und manipuliert das menschliche Gehirn, um Dinge ganz bestimmt wahrzunehmen. Auch wenn die Musik im Film zu großen Teilen nur unterbewusst wahrgenommen wird und eher selten, wie in einigen Werbemusikbeispielen, als tragend und bewusst empfunden wird, dient sie als stimmungsübertragender Aspekt im Film, ohne den man das Visuelle wahrscheinlich nicht richtig deuten oder empfinden würde.

#### 3.4.1. Rezeptionssituation Kino

Anders als bei einem Werbefilm liegt die Wahrnehmung bei der Filmrezeption im Kino oder auch im häuslichen Umfeld zielgerichtet auf dem Film. Wie bereits erwähnt, hängt die audiovisuelle Wahrnehmung stark von Erfahrungswerten ab. Auch am Tag der Filmrezeption macht der Mensch Erfahrungen, die kurzfristig wirken und mehr oder weniger Einfluss und Ablenkung zur Folge haben können. Ein anstrengender Arbeitstag kann zum Beispiel Müdigkeit und deshalb verminderte Konzentration zur Folge haben. Private Probleme oder gar vegetative Bedürfnisse wie Hunger können die Wahrnehmung einschränken. Allerdings kann unsere Konzentration auf den Film auch geschärft sein, da das Filmthema in unserem besonderen Interesse liegt.

#### 3.4.2. Rezeptionssituation Werbung

Das Medium Werbung, sowohl im Kino, im Fernsehen oder im Rundfunk, wird vom Menschen nicht bewusst gesehen oder gehört. Jedoch scheint Werbung ein alltäglicher Begleiter zu sein. Werbung im Allgemeinen wird oft als störend empfunden. Doch vielleicht ist gerade das der Grund, warum sie in unserem Gedächtnis haften bleibt. Werbung bedarf aufgrund der Kürze des Werbefilms und seiner Einfachheit meist wenig Konzentration. Für viele Kinogänger gehört die Eiswerbung, wonach unmittelbar der Eisverkäufer in den Kinosaal kommt, schon fast zur Tradition.

### 3.4.3. Bewusstsein und Aufmerksamkeit im Film

Laut *Bullerjahn* ist die beste Filmmusik die, die man nicht hört.<sup>47</sup>

Der Durchschnittszuschauer räumt der Filmmusik verhältnismäßig wenig bewusste Aufmerksamkeit ein.

*Behne* zeigt in seinem Modell zur Aufmerksamkeitsverteilung sehr anschaulich, dass Aufmerksamkeit kein absoluter Betrag ist und dass ihre Verteilung auf keinen Fall statisch ist. Denn diese Konstellation würde absolute Langeweile bedeuten. Der Mensch braucht Dynamik und empfindet Filme ansprechender, wenn Stimmungen im Film wechseln.<sup>48</sup>

Auch wenn Musik die meiste Zeit über nicht bewusst aufgenommen wird, schafft sie im Film Stimmung und Dynamik. Wenn Musik und Bild eine Symbiose bilden, die nicht mehr bewusst und sinnvoll in Einzelteile zerlegt werden kann, entsteht ein übersummativer Effekt. Das intensive Filmerlebnis setzt nach *Behne* sogar die nicht bewusste Wahrnehmung von Filmmusik voraus.<sup>49</sup>

Musik im Film spielt ganz besonders mit dieser Wechselwirkung zwischen Prägung, Hypothese, Erwartung und Enttäuschung der Rezipienten. Es wird der Versuch unternommen, eine Erwartungshaltung aufzubauen, um diese an bestimmten prägnanten Filmstellen zu bestätigen oder zu zerstören. Die Aufmerksamkeit des Publikums unterbewusst und subtil lenken ist die Intention jedes Filmkomponisten. Dabei soll die Musik nur an Stellen in den Vordergrund treten, an denen das explizit erwünscht ist, z.B. in sehr emotionalen Szenen.

Die Studie von *Libscomb*<sup>50</sup> belegt, dass Filmmusik, obwohl ihr Erleben stark von individuellen Faktoren abhängt, einen großen Einfluss auf die Gesamtwirkung hat. Interessant ist in diesem Zusammenhang zu hinterfragen, welche Möglichkeiten der Musik zur Beeinflussung auf die Gesamtwirkung zur Verfügung stehen. Je nachdem wie Musik platziert ist und wie stark die symbiotische Beziehung mit dem Bild ist, führt sie unterschiedliche Funktionen aus, die die Wirkungsweise beeinträchtigen.

Mögliche Funktionen von Filmmusik werden im nächsten Kapitel erläutert.

---

<sup>47</sup> vgl. Bullerjahn (2001), S. 163

<sup>48</sup> vgl. Behne (1987), S. 7

<sup>49</sup> ebd, S.8

<sup>50</sup> vgl. Libscomp (1994), S. 60 ff.

## 4. Funktionale Rolle von Musik im Film

### 4.1. Definition „funktionale Musik“

Wie der Name vermuten lässt, verfolgt funktionale Musik einen bestimmten Zweck.<sup>51</sup> Zu funktionaler Musik gehören deshalb die klassische Werbemusik, Hintergrundmusik in Kaufhallen, um dem potenziellen Käufer ein angenehmes Feeling zu vermitteln, sogar die neuen Medien, wie zum Beispiel das Videospiel und natürlich auch die Filmmusik. In jedem der genannten Beispiele verfolgt die funktionale Musik einen anderen Zweck. In der Werbung funktioniert die Musik zur Identifikation der Marke oder des Produktes (Siehe Kapitel 8), in der Filmmusik hingegen dient die Musik unter anderem als emotionsverstärkendes Mittel. Die funktionale Musik im Film steht natürlich immer im Kontext anderer Gestaltungsmittel, wie zum Beispiel, Bildgestaltung, Farben, Kontraste, Dialoge, Handlung, Lichtsetzung u.v.m., also im so genannten Korrelationsverhältnis.<sup>52</sup>

*„Vergessen wir nicht, daß jeder Film als eine organisch und einmalige künstlerische Ganzheit seine eigene Ästhetik schafft und dadurch die Art beeinflusst, wie das auditive Element in ihm funktioniert.“<sup>53</sup>*

Das Wesensmerkmal funktionaler Musik ist also die Beziehung in der sie steht. Sie funktioniert nicht allein, sondern als Teil des Ganzen. Pars pro toto.

### 4.2. Verhältnis von Bild und Musik

Zur Wahrnehmung der Filmmusik gehört nicht nur die Filmmusik selbst, sondern besonders in welchem Bezug sie steht. Bild und Musik stehen somit im grundsätzlichen Korrelationsverhältnis.

---

<sup>51</sup> vgl. Bullerjahn (2001), S. 53

<sup>52</sup> vgl. Schneider (1997), S. 63

<sup>53</sup> Zitat aus Lissa (1965), S.114

#### 4.2.1. Semantische Korrelation

*„Wir haben es hier mit einer spezifischen dialektischen Einheit zu tun, die es in der autonomen Musik nicht gibt: Die Musik verallgemeinert das Bild, das Bild konkretisiert die Musik, die Musik erweitert den Inhalt des Bildes, das Bild selbst ist das Zentrum des Vorstellungskomplexes.“<sup>54</sup>*

Lissa bezeichnet das Korrelationsverhältnis von Bild und Musik als dialektische (gegensätzliche) Einheit. Die Musik ist immer mehrdeutig, das Bild eindeutig in seinem Inhalt. Jedoch kann die Musik Gesehenes unterstützen, positiv oder negativ färben aber auch einen Kontrast zum Bild sein. Musik kann immer eine gewisse Form von Emotionen darstellen, allerdings keine konkreten psychischen Erlebnisse beschreiben.<sup>55</sup>

Eine langsame, traurige Musik könnte als Liebes- oder Abschiedsthema gleichzeitig funktionieren. Bilder vermitteln meist eine eindeutige Aussage.<sup>56</sup>

#### 4.2.2. Kontinuität und formale Korrelation

Musik ist ihrem Wesen nach kontinuierlich. Im Zusammenhang von Bild und Musik übernimmt Filmmusik formale, zeitliche Funktionen. In diesem Verhältnis büßt Musik ihren kontinuierlichen Charakter ein, da sie nur stellenweise fragmentartig und episodisch zum Einsatz kommt. Betrachtet man Filmmusik nur abschnittsweise, entpuppt sich auch das Filmbild als fragmentartig. Schnitte, Zeit- und Ortssprünge prägen eine Szene, die nur im Gesamtkontext der Handlung vollständig Sinn ergibt. In diesen kurzen Filmauszügen entwickelt die Musik ihre eigene Kontinuität (Spannungsbögen, Tempo, Rhythmus, Pausen, etc.) und kann somit die Nichtkontinuität der Bilder überdecken.<sup>57</sup>

Diese Beziehung ist keine inhaltliche, sondern eine formale.

---

<sup>54</sup> Zitat aus Lissa (1965), S. 124

<sup>55</sup> vgl. Lissa (1965), S. 70 f.

<sup>56</sup> vgl. Schmidt (1976) S. 130 ff.

<sup>57</sup> ebd., S. 129



Aus semantischen und formalen Beziehungen zwischen Bild und Ton ergeben sich konsequenterweise semantische und formale Funktionen für die Filmmusik.

Ein semantischer Bezug kann zum Beispiel die Untermalung der Stimmung einer Szene sein. Also Musik, die auf Orte, Zeiten oder Figuren hinweist oder dem Inhalt einen Rhythmus verleiht. Parallel (oder auch gleichzeitig) übt Musik formale Funktionen aus, denn sie kennzeichnet den Spannungsaufbau und Höhepunkte einer Szene und des ganzen Films und nimmt somit dramaturgischen Einfluss auf das Bild.

Was würde den Thriller „*Psycho*“<sup>58</sup> von *Alfred Hitchcock* sonst zu dem machen was er ist.

Musik kann kontinuierliche Zusammenhänge erzeugen oder Handlungsebenen kennzeichnen, um sie stärker voneinander ab zu trennen.<sup>59</sup>

Musik, die semantischen Bezug auf den Bildinhalt nimmt, kann natürlich auch formalen Charakter haben und umgekehrt.

Musik kann unter anderem:

*„Atmosphäre herstellen, Ausrufezeichen setzen, Bewegung illustrieren, Bilder integrieren, Bildinhalte akustisch abbilden, Emotionen abbilden und verstärken, epische Bezüge herstellen formbildend wirken, gesellschaftlichen Kontext vermitteln, Gruppengefühl erzeugen, historische Zeit evozieren, idyllisieren, inspirieren und anregen, unreal machen, karikieren und parodieren, kommentieren, Nebensächlichkeiten hervorheben, Ortsangaben machen, Personen dimensionieren, physiologisch konditionieren, Rezeption kollektivieren, Raumgefühl herstellen, Textinhalt transferieren, visuelle Aufmerksamkeit modifizieren, Zeitempfinden relativieren.“*<sup>60</sup>

---

<sup>58</sup> vgl. Filmverzeichnis

<sup>59</sup> Maas (1994), S. 37

<sup>60</sup> Zitat aus Schneider (1997), S. 67

### 4.3. Funktionsmodelle von Musik

In zahlreichen Veröffentlichungen finden sich Verwechslungen der Termini „Funktion“ und „Wirkung“ in Bezug auf Filmmusik, obwohl sie deutlich voneinander abzugrenzen sind.

*Bullerjahn* schreibt Funktionen folgende Bedeutung zu:

*„Mit Funktionen meint man sinnvollerweise die Beschreibung von Aufgabenstellungen, die der Filmmusik im Rahmen der Gesamtdramaturgie des Films und seiner Vermarktung zugeordnet sind“<sup>61</sup>*

Funktionen sind somit aus der Perspektive des Filmschaffenden zu betrachten. Wirkungen betreffen im Gegensatz dazu die Perspektive des Rezipienten, der bewusst bestimmte Wirkungen verspürt und anderen unbewusst unterworfen ist. Allerdings ist die klare Abgrenzung von Wirkung und Funktion nicht immer möglich, da sich beide bedingen.

Die Literatur weist zahlreiche Funktionsmodelle von Filmmusik auf. Diese sollen die Wirkung der Musik zum Bild systematisch beschreiben und die zahlreichen Funktionen strukturieren. Die bekanntesten Modelle werden im Folgenden kurz beschrieben. Jeder Autor verfolgt andere Ziele und beschreibt unterschiedliche Funktionen.

Die Grundlage für eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Thematik lieferte 1965 die polnische Musikwissenschaftlerin *Zofia Lissa*, deren ‚Ästhetik der Filmmusik‘ als Standardwerk gilt.

*„Wenn das Bild einen konkreten einzelnen Inhalt gibt, so gibt die Musik dessen allgemeinen Untergrund: Das Bild vereinzelt, konkretisiert, die Musik verallgemeinert, gibt allgemeine Ausdrucksqualitäten oder Charakteristiken und dehnt damit den Wirkungsbereich des Bildes aus. Darin besteht dem Wesen nach das ergänzende Zusammenwirken beider.“<sup>62</sup>*

---

<sup>61</sup> Zitat aus Bullerjahn (2001), S. 11 f.

<sup>62</sup> Zitat aus Lissa (1965), S. 20

Andere Autoren<sup>63</sup> sehen den Film als eine Symbiose, bei der die Vereinigung von Bild und Musik zu beidseitigem Nutzen sei. *Lissa* jedoch kritisiert, dass durch das Zusammenspiel die einzelnen Künste ihre Autonomie verlieren. Sie bezeichnet den Film als eine synthetische Kunstgattung, bei der eine Gattung dominiert; so ist im Film die Musik der visuellen Ebene unterworfen, während der Film als Ganzes eine Einheit höheren Ranges darstellt.<sup>64</sup>

Für *Norbert Jürgen Schneider* verkörpert der Film, vor allem der Hollywood-Spielfilm, alles das, was *Richard Wagner* als Gesamtkunstwerk in Form des Musikdramas forderte.<sup>65</sup>

In seiner Schrift ‚Kunstwerk der Zukunft‘ schreibt *Wagner*:

*„Das große Gesamtkunstwerk müsse alle Gattungen der Kunst umfassen, um jede einzelne dieser Gattungen als Mittel gewissermaßen zu verbrauchen, zu vernichten zu Gunsten der Erreichung des Gesamtzwecks aller der unbedingten, unmittelbaren Darstellung der vollendeten menschlichen Natur.“<sup>66</sup>*

Für *James Monaco* ist der Film nicht nur eine Kunstform, die sich als begrenzendes Phänomen versteht, sondern ein System, das in die Gesellschaft hineinwirkt:

*„Film ist ein expansives und weitreichendes System wechselseitiger Gegensätze: zwischen Filmemacher und Thema, Film und Betrachter, Establishment und Avantgarde, konservativen und progressiven Zielen, Psychologie und Politik, Bild und Ton, Dialog und Musik, Montage und Mis en Scène, Genre und Autor, literarischer Sensibilität und filmischer Sensibilität, Syntagmen und Paradigmen, Bild und Ereignis, Realismus und Expressionismus, Zeichen und Bedeutung, Sinn und Unsinn [...] eine endlose Reihe*

---

<sup>63</sup> dazu gehören z.B.: Maas (vgl. Maas, 1994, S. 9) und Schneider (vgl. Schneider, 1997, S. 239)

<sup>64</sup> vgl. *Lissa* (1965), S. 20

<sup>65</sup> vgl. Bullerjahn (2001), S. 32

<sup>66</sup> Zitat aus *Wagner* (1849), S. 78

*von Codes und Subcodes, die grundlegende Fragen zum Leben und seiner Beziehung zur Kunst, zur Realität und zur Sprache stellen.“<sup>67</sup>*

Filmmusik hat demnach die Funktion, als ein Teilsystem zu funktionieren und neben anderen Teilsystemen ihr multiples Potential als Kunstform, als Massenmedium und als Wirtschaftszweig zu nutzen.

Sie ist somit funktional und unterscheidet sich von der so genannten autonomen Musik dadurch, dass sie ihrem Wesen nach ein oder mehrere Ziele verfolgt. Sie soll bewusst verschiedene Aufgaben erfüllen.

Nach *Lissa* verliert Musik, die im Film eingesetzt wird, erstens: ihre geschlossene zeitliche Form, weil sie sich den Gesetzen der visuellen Schicht unterwirft und zweitens: die Mehrdeutigkeit ihres Ausdrucks, da Musik in Verbindung mit konkreten Filmsituationen auftritt.<sup>68</sup>

Verfolgt man diesen Gedanken weiter, so wird die in einem Film eingesetzte, autonome Musik zu funktionaler Musik umgedeutet, da dem Musikstück im Sinne des Films Bedeutungen und damit Funktionen zugeordnet werden.

Deshalb kann im Prinzip jede Musik Filmmusik sein: *Richard Wagners* Walküre, Fugen von *Johann Sebastian Bach*, Tibetischer Mönchsgesang, balinesische Gamelanmusik, „*No Woman No Cry*“ von *Bob Marley & the Wailers*, „*Hey Jude*“ von den *Beatles*, die Sinfonien von *Samuel Barber*. Als auch obszöne Klänge des „*Robert Glasper Experiments*“.

All diese Musikstücke und dazugehörigen Gattungen können unter den Begriff der Filmmusik fallen, sofern sie neben ihrem ursprünglich zugedachten Aufführungskontext in einem Film eingesetzt werden.

Doch nicht nur vorhandene Musik findet ihre Verwendung im Film.

Oft beauftragen Regisseur und Filmproduzent einen oder mehrere Komponisten, die unter Berücksichtigung der ästhetischen, dramaturgischen, zeitlichen und

---

<sup>67</sup> Zitat aus Monaco (2000), S. 454

<sup>68</sup> vgl. Lissa (1965), S. 28

wirtschaftlichen Vorgaben einen exklusiven Soundtrack für den Film produzieren.

Doch wo beginnt Filmmusik? Ich denke, dass alle bewusst eingesetzten, akustischen Ereignisse, also Geräusche wie Atmen, Wind, Donner, Schreie usw. unter den Begriff Filmmusik fallen sollten, der Einsatz solch ‚konkreter‘ Klänge kann genauso kunstvoll gestaltet werden, wie Filmmusik im engeren Sinne.

#### 4.3.1. Funktionsmodell nach Zofia Lissa

Die Filmmusiktheorie verweist auf verschiedene Ansätze. Ästhetischbezogene Theorien wurden von *Krakauer*, *Adorno* und *Eisler* geprägt. Im Folgenden möchte ich mich jedoch auf die beiden meist beschriebenen und zitierten Autoren konzentrieren. Die Theorien von *Zofia Lissa* und von *Hansjörg Pauli* zählen zu den funktionsbezogenen Theorien.

*Zofia Lissa* stellt 1965 in ihrem Werk ‚Ästhetik der Filmmusik‘ fest, dass Filmmusik eine zunehmend komplexer werdende Entwicklung genommen hat, die neben der einfachen Illustration ganze, selbstständige Handlungsstränge repräsentieren kann.<sup>69</sup>

Im Gegensatz zum Stummfilm, in dem die Musik nach Lissa eine aufdringliche und einschränkende Verbindung zum Film hatte, änderte sich im Tonfilm das Verhältnis der auditiven Schicht zur visuellen Schicht grundlegend:

*„Erst durch die technische Revolution, bei der Bild und Ton auf das selbe Band aufgezeichnet und somit synchronisiert werden konnten, war das Problem des organischen Zusammenwirkens beider Schichten, ihrer dramaturgischen Verflechtung, ihrer zeitlichen und inhaltlichen Übereinstimmung [...] endgültig gelöst.“<sup>70</sup>*

Lissa spricht nicht von einem Dienen der Filmmusik, sondern von einem Zusammenwirken von Bild und Ton. Vor diesem Hintergrund stellt sie die erste 18 Punkte umfassende Systematik der ästhetischen Funktionen der Filmmusik auf:

---

<sup>69</sup> vgl. Lissa (1965), S. 23

<sup>70</sup> Ebenda, S. 103

### (1) Musikalische Illustration

Beispiel: Ein vom Hochhaus fallender Mensch wird von einer Abwärtsbewegung in der Melodie begleitet durch Änderung der Tonhöhe.

### (2) Musik als Unterstreichung von Bewegung

Gemeint ist: Musik unterstreicht Bewegungsvorgänge auf visueller Ebene durch auditive Bewegungsgestalten.

Beispiel: im Film „*Citizen Kane*“<sup>71</sup> erlischt das Licht eines Fensters, gleichzeitig hört die Musik abrupt auf.

### (3) Musikalische Stilisierung von Geräuschen

Gemeint ist: Reale Geräusche im Film können Vogelgezwitscher, Wind, das Rattern der Eisenbahn oder Sirenen sein, die real auftreten aber durch Musik stilisiert werden können.

### (4) Musik als Repräsentation des dargestellten Raumes

Gemeint ist: Ortswechsel oder spezifische Milieus können sehr eindrucksvoll veranschaulicht werden, indem folkloristische Elemente des jeweiligen Landes in die Musik integriert werden.

Beispiel: *John Williams* verarbeitet in der Musik zu „*München*“<sup>72</sup> musikalische Elemente aus dem Nahen Osten. Der Film erzählt vom Attentat palästinensischer Terroristen auf israelische Sportler während der Olympischen Spiele in München. Das Geräusch von Meeresrauschen macht deutlich, dass in der Nähe des Protagonisten das Meer sein muss, ohne das Meer bildlich zeigen zu müssen.

### (5) Musik als Repräsentation der dargestellten Zeit

Beispiel: *James Horner* setzte im Film „*Der Name der Rose*“ geistliche Chöre ein, die sofort Assoziationen zum Mittelalter und Klosterleben wecken.

### (6) Deformation des Klangmaterials

Gemeint ist: Bezeichnet die Möglichkeit Musik unterschiedlich aufzunehmen und zu bearbeiten. Dies geschieht zum Beispiel durch unterschiedliche Nähe zum Mikrofon. Verlangsamung, Beschleunigung, aufeinander schichten mehrerer Klänge usw. sind mögliche Bearbeitungsvarianten.

Beispiel: Der Klang des „Zurückspulens“ wird häufig auch als Rückblende in der Handlung eines Films verwendet.

### (7) Musik als Kommentar im Film

---

<sup>71</sup> vgl. Filmverzeichnis

<sup>72</sup> vgl. Filmverzeichnis

Beispiel: In „*Bowling for Columbine*“ unterlegt der Regisseur *Michael Moore* eine Szene, die das Ausmaß der Zerstörung kriegerischer Handlungen zeigt, mit dem Titel ‚*Wonderful World*‘ (*Louis Armstrong*). Der Regisseur kommentiert dadurch das Gezeigte und fällt mit der Musik ein moralisches Urteil. Ein ironischer Unterton schwebt mit, der zu sagen scheint: ‚Schaut alle her! Wirklich schön, wie sich alle die Köpfe einschlagen!‘

#### (8) Musik in ihrer natürlichen Rolle

Gemeint ist: Source-Musik, als realer Gegenstand des Films zum Beispiel ein laufendes Radio.

#### (9) Musik als Ausdrucksmittel psychischer Erlebnisse

Gemeint ist: Musik soll die Psyche des Protagonisten verständlich machen.

Ändert sich während einer Nahaufnahme die Musik, deutet das auf einen inneren Vorgang hin, zum Beispiel eine Erkenntnis. Die psychische Vermittlung durch Musik kann allerdings nie auf konkreter Ebene stattfinden, da Musik nur allgemeine emotionale Typen wie Freude, Trauer usw. beschreiben kann.

#### (10) Musik als Grundlage der Einfühlung

Gemeint ist: Emotionen eines Protagonisten sind nur fiktiv auf der Leinwand dargestellte Gefühle. Erkennt der Zuschauer, dass eine Person auf der Leinwand leidet, so reagiert er mit eigenen Gefühlen. Er stellt sich die fiktiven Emotionen der Filmfigur vor, die Musik kann ihm bei der Übersetzung in reale Gefühle helfen. Musik kann auch Sympathien oder Abneigung gegenüber eines Protagonisten hervorrufen.

#### (11) Musik als Symbol

Beispiel: Ein scharfes Messer erscheint im Film noch schärfer, wenn gleichzeitig hohe nervenzerreißende Musik ertönt. Auch direkte, musikalische Zitate können Symbolfunktion haben. Im „*Schweigen der Lämmer*“<sup>73</sup> legte der Massenmörder *Hannibal Lecter* bei einem seiner Morde *Johann Sebastian Bachs* ‚Goldbergvariationen‘ gespielt von *Glenn Gould* auf. Dies deutet darauf hin, dass ein äußerst intelligenter Mann diese Morde begeht.

#### (12) Musik als Mittel zur Antizipierung des Handlungsinhaltes

Gemeint ist: Musik kann auf Ereignisse vorgreifen, die erst noch passieren werden. Dieses kann schon beim Einblenden des ‚Main Titles‘ geschehen, um den Zuschauer in die Gesamtstimmung des Films einzuführen. Anhand dieses Mittels kann der Filmkomponist nun auch Erwartungen des Zuschauers lenken und ihn auf eine falsche Fährte locken.

Bei Enttäuschung einer Erwartung reagiert der Zuschauer besonders emotional (Siehe Kapitel 3.2.2). Diese Funktion wird oft im Horrorfilmgenre angewendet.

---

<sup>73</sup> vgl. Filmverzeichnis

### (13) Musik als formal einender Faktor

Gemeint ist: Musik kann Bilder miteinander verbinden, um harte Schnitte weicher erscheinen zu lassen. Vor allem in hektischen Actionszenen hilft der kontinuierliche Charakter der Musik die schnellen Schnitte zu überdecken.

### (14) Musik als multifunktional und mehrschichtig

Gemeint ist: Die erwähnten Funktionen können sich überschneiden oder gleichzeitig auftreten. *Lissa* erkannte dies und bescheinigte der Filmmusik den Charakter der Multifunktionalität. Musik kann als Ausdruck psychischer Erlebnisse beispielsweise gleichzeitig Gefühle ausdrücken und kommentieren, symbolisch wirken und als Grundlage der Einfühlung dienen. Die Grenzen sind fließend, die Funktionen übergreifend und vor allem je nach Rezipient unterschiedlich interpretierbar.

### (15) Geräuscheffekte als funktionaler Teil der auditiven Schicht

Gemeint ist: Geräusche sind streng genommen kein Teil der Filmmusik, allerdings Teil der auditiven Schicht. Geräusche umfassen alles, was an Tönen real im Film vorkommt, also Stadtgeräusche, Naturgeräusche u.s.w. So werden Geräusche bei der Komposition der Filmmusik beachtet und integriert.

### (16) Rede als funktionaler Teil der auditiven Schicht

Gemeint ist: Die Rede kann Stimmungen und psychologische Aspekte der Protagonisten klar aussprechen und überträgt semantische Inhalte. Sie kann auch Umstände der Figuren beschreiben, indem zum Beispiel schnell gesprochen wird, das vermittelt dem Rezipienten Hektik.

### (17) Stille

Gemeint ist: Stille ist Teil der auditiven Schicht und ebenfalls Teil der Musik. Durch Stille entstehen musikalische Pausen.

### (18) Nichtfunktionelle Funktionen von audio-visuellen Schichten

Gemeint ist: Nicht alle Beziehungen zwischen der visuellen und auditiven Schicht lassen sich kategorisieren. Einigen auditive Elementen wurden keine bestimmten Einzelfunktion zugeordnet.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> vgl. *Lissa* (1965), S. 115 ff.



*Lissa* hat erstmalig den Versuch unternommen, übergreifende Kategorien zur Einordnung verschiedener Funktionen aufzustellen, auf die sich weitere Autoren kritisch beziehen. *Thiel* bemerkt hierzu, dass *Lissa* nur ungenügend die Filmmusik im Wechselspiel mit den übrigen künstlerischen Gestaltungsmitteln berücksichtigt.<sup>75</sup>

#### 4.3.2. Funktionsmodell nach Hansjörg Pauli

Im Gegensatz zu der Funktionsordnung von *Zofia Lissa* unterscheidet *Hansjörg Pauli* 1976 drei Funktionen der Filmmusik:<sup>76</sup>

##### Paraphrasierung

Bei der paraphrasierenden Musik stimmt der Musikcharakter mit den Bildinhalten eindeutig überein und ist somit vergleichbar mit *Lissas* synchroner Beiordnungsmethode. Allerdings geht *Paulis* Definition tiefer als die, einer rein äußerlichen Synchronität.

Musik kann paraphrasierend sein im Hinblick auf verschiedene Bildinhalte wie zum Beispiel Objekte, Menschen, Handlung, Ort, etc..

Paraphrasieren ist dabei vordergründig oder hintergründig möglich.

Die Vordergrundparaphrase (die Handlung wird untermalt) ist identisch mit der äußerlichen Synchronität.

Die Hintergrundparaphrase (Szenerie also Ort und Zeit wird untermalt) bezieht sich allerdings auf andere visuelle Komponenten, die zwar im Bild vorhanden, aber nicht in direktem Bezug zur konkreten Handlung stehen.<sup>77</sup>

*Hans Zimmer* entschied sich, für den Film „*Der schmale Grat*“<sup>78</sup> eine Musik zu schreiben, die sich auf die Schönheit und die Natur des Schauplatzes (die Pazifikinsel Guadalcanal) bezieht und nicht auf die grausamen Kriegshandlungen. Während einer Schlacht erklingen also keine heroischen Militärhymnen, sondern zarte

<sup>75</sup> vgl. *Thiel* (1981), S. 62

<sup>76</sup> vgl. *Pauli*, 1976, S. 104

<sup>77</sup> vgl. *Pauli*, 1978, S. 35

<sup>78</sup> vgl. Filmverzeichnis

Orchesterklänge. Der Zuschauer sieht das Bild nun aus einer anderen Perspektive. Die Wirkung ist ähnlich der eines Kontrapunkts. Einziger Unterschied ist, dass Bild und Musik noch eine Beziehung haben, allerdings eine, die nicht auf den ersten Blick erkennbar ist.<sup>79</sup>

Für die Vordergrundparaphrasierung im engsten Sinne prägte der Produzent *David O. Selznik* seinerzeit den Begriff ‚Mickey-Mousing‘, da diese Art der Musikverwendung typisch für Disney-Cartoons war.<sup>80</sup>

### Polarisierung

Die polarisierende Funktion wird erreicht, indem die Musik neutrale Bilder in eine eindeutige Ausdrucksrichtung bringt.

Meistens konkretisiert das Bild die Musik, die nur Typen von Stimmungen repräsentieren kann. Wenn allerdings der allgemeine Charakter der Musik immer noch konkreter ist als die Bildaussage, kann in dieser Konstellation die Musik das Bild konkretisieren.<sup>81</sup>

*„Durch Polarisieren kann eine Tür hoffnungsvoll erscheinen,  
eine Bergwand gefährlich, eine Wolkenformation heilig-verbrämt.“<sup>82</sup>*

In diesem Sinne führten *Bullerjahn* und *Güldenring* folgenden Versuch durch. Eine Szene ohne Dialog wurde mit verschiedenen Musiken unterlegt. Protagonisten sind ein alter Mann auf Reise und ein Pärchen beim Frühstück. Der alte Mann hält abwechselnd ein Klassenfoto und eine Joker-Spielkarte in den Händen. Am Ende klingelt es an der Tür des Pärchens und der alte Mann steht davor. Unterschiedliche Musiken führten nun zu komplett unterschiedlichen Interpretationen bei den Versuchsteilnehmern. Als überraschender Besuch eines Familienmitglieds wurde das Thema des Films bei freundlicher Musik interpretiert. Düstere Musik führte zur Annahme, der alte Mann hat eine Rechnung offen oder ist gar ein Auftragskiller.

---

<sup>79</sup> vgl. Pauli (1976), S. 105 f.

<sup>80</sup> vgl. Internetquelle 7

<sup>81</sup> vgl. Pauli (1976), S. 104

<sup>82</sup> Zitat aus Schneider (1997), S. 24

Je nach Musik wurden auch die Symbole Foto und Karte unterschiedlich interpretiert.<sup>83</sup>

*„The results suggest that each musical soundtrack create its own particular type of film and plot.“<sup>84</sup>*

Vergleichen kann man diesen Effekt in seiner Wirkung mit dem ‚Kuleschoweffect‘ in der Montagetechnik, bei dem durch die Änderung der Reihenfolge der Bilder im Schnitt der Sinn eine komplett andere Richtung erfahren kann.

Viel verwendet wird die polarisierende Funktion zum Beispiel bei Titelmusiken, um den Zuschauer auf die Gesamtstimmung des folgenden Films vorzubereiten.

### Kontrapunktierung

Das Kontrapunktieren als dritte Funktion entspricht der Beiordnungsmethode des Kontrapunktierens bei *Lissa*. Hierbei stehen Bild- und Musikcharakter in einem widersprüchlichen Verhältnis. Dadurch entsteht eine kritische Haltung zum Medium Film. Kontrapunktierende Musik verursacht beim Betrachter eine Distanz zum Film und fordert aktives Nachdenken über das Gezeigte. Hier dient ebenso *„Bowling for Columbine“<sup>85</sup>* als Beispiel.

Paraphrasieren sowie Polarisieren dienen zur Einführung des Zuschauers in die Geschichte und zur Identifikation mit Protagonisten, während der Kontrapunkt distanziert. Im Extremfall geschieht diese Funktion, wenn eine brutale Mordszene mit *„Superstition“* von *Stevie Wonder* unterlegt werden würde.

Den dramaturgisch übergeordneten Zusammenhang vernachlässigt *Pauli*, ebenso wie *Lissa*. Der dramaturgische Gesamtzusammenhang der Handlung entscheidet allerdings auch über die Wirkung von Musik. Eine Musik zu einer bestimmten Szene am Anfang eines Films kann den Zuschauer polarisieren, da dieser noch nicht komplett in die Handlung eingeführt wurde. Würde die Szene aber in der Mitte oder gegen Ende des Filmes unverändert auftauchen, ändern sich die funktionalen

<sup>83</sup> vgl. Bullerjahn (1994), S. 99 ff.

<sup>84</sup> Zitat aus Bullerjahn (1994), S. 110

<sup>85</sup> vgl. Filmverzeichnis

Zusammenhänge zwischen Bild und Musik, da der Rezipient jetzt Vorwissen besitzt. Eine Liebesszene zu Anfang wirkt anders als eine Liebesszene am Ende und diese Tatsache verändert auch die Wirkung von Musik. Insgesamt ist es ihm nicht möglich die umfangreichen Funktionszusammenhänge, die *Lissa* beschreibt, in drei Funktionen zu kategorisieren. Ob eine Musik paraphrasiert, polarisiert oder kontrapunktiert, sagt noch nichts über ihre Symbolkraft aus. Die Möglichkeit des Komponisten, Kommentare einzufügen, erwähnt *Pauli* ebenfalls nicht. Zudem können Vorder- und Hintergrundparaphrase durchaus gleichzeitig auftreten. 1981 widerruft *Pauli* allerdings sein Modell aus diesen Gründen wieder.<sup>86</sup> Ungeachtet dessen genießt es aufgrund seiner Anschaulichkeit bis heute hohe Popularität und wird häufig zitiert.

#### 4.3.3. Metafunktionen

Bereits *Pauli* erwähnt 1981 die Existenz von Metafunktionen, die auch von *Bullerjahn* und *Maas* wieder aufgegriffen wurden. Filmmusik erfüllt Metafunktionen nicht in Hinsicht auf einen speziellen Film, sondern in Bezug auf die spezielle Form der Rezeption von Filmen im Kino oder vor dem Fernsehbildschirm.

Metafunktionen sind in höchstem Maße zeitgebunden. Es lassen sich hierbei grundsätzlich rezeptionspsychologische und ökonomische Metafunktionen unterscheiden.

Die rezeptionspsychologischen Metafunktionen dienen als Vermittler zwischen dem Publikum und dem Medium Film. Somit soll die Distanz zwischen Film und Publikum überbrückt werden. Musik verleiht dem zweidimensionalen Filmbild ein gewisses Maß an Räumlichkeit und liefert so dem Zuschauer eine möglichst plastische Vorstellung. Schon in den Anfängen des Stummfilms half Musik die stummen Bilder realer erscheinen zu lassen, da dem audiovisuellen Menschen eine tonlose Rezeption fremd erscheint. Akustische Störfaktoren wie Filmprojektoren, Ventilatoren, Straßenlärm und die Unruhe des Publikums selbst konnte auf diese Weise überdeckt werden. Diese Art Funktion beleuchtet also einen ausschließlich zweckmäßigen Einsatz von Musik im Film.<sup>87</sup>

---

<sup>86</sup> vgl. *Pauli* (1981), S. 187

<sup>87</sup> ebd., S.181

Weitere Metafunktionen der Musik im Stummfilm waren vermutlich die Aufhebung der beklemmenden Wirkung der wirklichkeitsfernen und stillen Bilder durch Geräuschimitationen oder bekannte Melodien.

Teilweise hat der Einsatz von Filmmusik auch Ritualcharakter wie das Erscheinen des Eisverkäufers nach dem Werbespot für Speiseeis. Dies betrifft insbesondere die musikalischen Firmenlogos und die Vorspann-Musik, die zusätzlich den Beginn des Hauptfilms ankündigen.

Der durch die Musik gegebene Rahmen grenzt das Filmereignis vom Alltäglichen ab, was schon zu Stummfilm-Zeiten ein erwünschtes Ziel war.<sup>88</sup>

Die ökonomischen Metafunktionen, die ein Film innehaben kann, dienen der Profitoptimierung. Demnach wird die Musik einer bestimmten Zielgruppe angepasst, um möglichst viele Fans in das Kino zu locken. Zum Beispiel werden auch prominente Musiker eingesetzt, um die Attraktivität des Films zu erhöhen. Früher wurden Filme mit Musik der aktuellen Popstars unterlegt.

Als bekanntes Beispiel dient hier wohl der Film „*Darf ich bitten?*“<sup>89</sup> mit *Jennifer Lopez* in der Hauptrolle. In der Pepsi Werbung aus den achziger Jahren wurde der Song „*Billy Jean*“ von *Michael Jackson* umgetextet. *Jackson* spielt selbst die Hauptrolle in dem Spot. Oftmals wird parallel zum Filmstart der eigens produzierte Soundtrack zum Kauf angeboten.

In ähnlicher Weise versuchte man Ende der sechziger Jahre durch die Integration von Rock- und Popmusik das jugendliche Publikum anzusprechen. Die jeweils gewünschte Zielgruppen-Spezifität schlägt sich demnach in bestimmten stilistischen Anforderungen an die Musik nieder, die zunächst nichts mit dem konkreten Film zutun haben müssen, sondern nur den Adressatenkreis selektieren sollen.<sup>90</sup>

Auch bei Werbespots dient der Einsatz von Musik häufig der besseren Anpassung des Werbemittels an das jeweilige gruppenspezifische Programmumfeld. Dies gilt insbesondere für Werbespots, die auf MTV oder VIVA ausgestrahlt werden.

---

<sup>88</sup>vgl. Bullerjahn (2001), S. 67

<sup>89</sup> vgl. Filmverzeichnis

<sup>90</sup> vgl. Bullerjahn (2001), S. 67

Bereits sehr früh entwickelte sich die Tradition des Titelsongs, der schon vor dem Erscheinen des Films auf Platte herausgebracht wird und damit für den Film wirbt.

Heutige ökonomische Metafunktionen sind weitaus komplexer und liegen im Bereich der umfassenden Vermarktung von Popikonen oder deren musikalischen Produkten. Heutzutage werden in erfolgsversprechenden Filmen oder Serien längere Filmsequenzen freigehalten, um Songs in der kompletten Länge abspielen zu können.

Diese Werbeplätze werden vor Drehbeginn Schallplattenfirmen, Künstleragenturen oder Labels zum ‚Product-Placement‘ (dt. Produktplatzierung) zur Verfügung gestellt. Für die zielgerichtete Werbung werden natürlich hohe Summen gezahlt.

Der so genannte ‚US-Deal‘ kann sogar den jeweiligen Künstler für einen Live-Auftritt im Film einbauen, je nach dem, wie hoch das Honorar für die Filmindustrie ausfällt. Der Song und der dazugehörige Videoclip dienen als Werbemittel für den zu erscheinenden Film.

Die filmisch genutzten Songs werden gewöhnlich später zu ‚Samplern‘ zusammengestellt und verkauft.<sup>91</sup>

#### 4.3.4. Musikdramaturgie

*Norbert Jürgen Schneider* ist Filmkomponist und Professor an der Hochschule für Film und Fernsehen in München. Die Beobachtungen *Lissas*, *Paulis* und anderer Autoren erklären eingehend das Bild-Ton-Verhältnis. Für *Schneider* stellen die einzelnen Funktionen der Filmmusik allerdings nur einen Teilaspekt einer größeren Filmmusikdramaturgie dar. Diese gilt es unbedingt zu beachten, wenn eine optimale Wirkung erzielt werden soll. Die musikalischen Ereignisse müssen zu den anderen filmischen Elementen wie Drehbuch, Licht und Kamera in einer schlüssigen Beziehung stehen.

Es sollte also auch so etwas wie ein musikalischer ‚roter Faden‘ existieren. Bei einem spezifischen Filmprojekt gilt es für folgende Parameter Entscheidungen zu treffen, die die Gesamtdramaturgie beeinflussen:

---

<sup>91</sup> vgl. Bullerjahn (2001), S. 68

Zuerst muss bestimmt werden, welcher Person ein Instrument oder ein musikalisches Motiv zugeordnet wird und warum. Dies definiert die emotionale Perspektive des Films.<sup>92</sup>

Gibt es zum Beispiel nur eine wichtige Filmfigur kann es sinnvoll sein, nur ihr Musik zu leihen. Wichtig ist an dieser Stelle natürlich auch, welches Instrument bzw. welchen Klang man den jeweiligen Personen zuordnet. Eignet sich großes Orchester, Kammermusik, ein Soloinstrument oder ein bereits vorhandener Sound einer Band?

Auch der Stil sollte sich, wenn möglich, im Filmganzen nicht entscheidend ändern. Es sei denn, extreme Sprünge und Widersprüche sind ein Leitthema des Drehbuchs. Eine homogene Filmmusik sollte allerdings in der Regel nicht zwischen elektronischer Musik, Wiener Klassik und ‚smooth Jazz‘ hin und her springen. Solch ein Vorgehen würde den episodischen Charakter von Musik im Gesamtfilm betonen. Filmemacher sollten auch darüber entscheiden, ob der Film insgesamt viel oder eher wenig Musik benötigt.

Ein Film mit viel Musik wirkt innenorientierter und psychischer. Der Rezipient dringt einfach in die Innenwelten des Protagonisten ein (z.B. *„Jacky Brown“*<sup>93</sup>). Filme mit spärlichem Musikeinsatz hingegen wirken realistischer, da der Zuschauer eher eine Beobachterrolle einnimmt (z.B. *„Das weiße Band“*<sup>94</sup>).

*Schneider* erwähnt darüber hinaus, dass eine prinzipielle Entscheidung über Anfang und Ende der Musiktakes Auswirkungen auf die Gesamtdynamik eines Films hat. Setzt Musik generell mit dem harten Schnitt ein, wird sie bewusst wahrgenommen. Eher unbewusst bleibt sie, wenn langsam ein- und ausgeblendet wird.

Angeichts der zahlreichen Funktionen von Filmmusik (Siehe Zitat, Kapitel 4.2.2.) fordert *Schneider*, sich insgesamt auf eine geringe Anzahl von Funktionen zu beschränken, die dann allerdings durchgehend Verwendung finden.

Dadurch würde ein stringentes Musikkonzept gelingen. Es sollte sich im Vorfeld auch Gedanken gemacht werden, ob ein großformales Gestaltungsprinzip für den Film in Frage kommt, also ein Filmmusikkonzept, das sich auf die Gesamtlänge des Films bezieht.

---

<sup>92</sup> *Schneider* (1997), S. 62 ff.

<sup>93</sup> vgl. Filmverzeichnis

<sup>94</sup> ebd.

*Schneider* unterscheidet die Crescendoform, die Bogenform und die Reihungsform. Bei der Crescendoform würde die Musik im Gesamtverlauf eines Films zum Beispiel zunehmend opulenter.<sup>95</sup>

Musikdramaturgische Mittel können den episodischen Charakter von Filmmusik kontinuierlicher wirken lassen.

Im Endeffekt ist es allerdings eine Sache der Perspektive der Komponisten oder des Musikwissenschaftlers.

Der Komponist *Schneider* geht vom Gesamtfilm aus, da er ein besonders schlüssiges Werk schaffen will, während *Lissa* die Möglichkeiten untersucht, die Musik generell übernehmen kann. Von diesem Standpunkt gesehen sind selbst die großdramaturgischen Mittel den Funktionen *Lissas* ähnlich.

Ordne ich einem Jungen eine Geige zu, um sein Wesen darzustellen, so stellt das Instrument und seine Spielweise im Grunde nichts anderes dar als ein Symbol, das *Lissa* in ihrer Funktion ‚Musik als Symbol‘ beschreibt.

---

<sup>95</sup> vgl. *Schneider* (1997), S. 68



## 6. Wirkung von Musik

Bei der Behandlung der emotionalen Wahrnehmungsstrukturen ließ sich feststellen, dass Emotionen auf mehreren Ebenen wahrgenommen werden. Dieses Erkenntnis ist für die Filmproduktion von großer Bedeutung, da sich ein Regisseur oder Filmkomponist überlegen muss, ob die Film- und Musikdramaturgie beim Publikum die gewünschten Wirkungen erzielt.

Die Wahrnehmung eines Films ähnelt der Wahrnehmung von Alltagssituationen, da die Kamera, ähnlich wie das menschliche Auge, einzelne Situationen auswählt. Der Kinozuschauer hat dabei scheinbar nur die Möglichkeit, passiv den Film zu verfolgen. Doch laufen auch bei ihm wahrnehmungssteuernde Prozesse ab, die sich aufgrund von verschiedenen Einflussgrößen ergeben. Dabei spielen zum Beispiel erlernte Film- und Filmmusikerfahrungen eine große Rolle, da sie als konventionalisierte Muster in das Bewusstsein des Rezipienten eingegangen sind und beim erneuten Sehen eines Films greifen.

Um die unterschiedlichen Einflussgrößen und ihre daraus resultierenden Wirkungen bei der Rezeption von Filmmusik deutlich zu machen, übernehme ich das Modell zur Wirkung von Filmmusik von *Claudia Bullerjahn*, in dem sie die wichtigsten Variablen auf Filmmusik- und Rezipientenebene herausstellt und ihre Rolle in Bezug auf die Wirkung von Filmmusik verdeutlicht. Ihr Modell geht dabei bewusst von einer Verbindung des Stimulus-Response-Ansatzes mit dem Uses-and-Gratification-Modell aus, das heißt der Annahme, dass das Medium Film auf der einen Seite einen direkten und gleichartigen Einfluss auf jeden Rezipient hat, aber auf der anderen Seite auch durch einen Rezipienten bestimmt wird, der individuell mit dem Medium umgeht und es je nach seinen Bedürfnissen behandelt.<sup>96</sup>

Aus Relevanzgründen wird im Folgenden stärker auf die Variablen der emotionalen Wirkung eingegangen und weniger auf bereits beschriebene Wahrnehmungsprozesse, individuelle Variablen seitens des Rezipienten und so weiter. Ich werde mich bei ihrem Modell stärker auf die Variablen, die für die emotionalen Wirkungen von Bedeutung sind, konzentrieren.

---

<sup>96</sup> vgl. Bullerjahn (2001), S.125

## 6.1. Einflussgrößen von Filmmusik auf die Rezeption

### 6.1.1. Bild und Musik

Das Wesen der Filmmusik bestimmt sich durch seine Abhängigkeit von der narrativen Dramaturgie des Films. Nach *Annabel J. Cohen* fügt Filmmusik der filmischen Diegese, also der filmischen Realität, nondiegetische Informationen hinzu, die nicht zu der filmischen Diegese gehören. Beim Zusammenfügen der filmischen Narration und der Filmmusik ergibt sich damit eine paradoxe Situation, die aus den unterschiedlichen Funktionen dieser beiden Komponenten resultiert und bei der Rezeption eines Filmes automatisch gelöst wird.

*„From moment to moment, the audience member extracts information from non-diegetic sources to generate the emotional information he or she needs to make a coherent story in the diegesis.“<sup>97</sup>*

### 6.1.2. Musikalische Parameter

Die Filmmusik steht damit ganz im Dienste des Films, das heißt, sie muss funktional auf das filmische Geschehen abgestimmt sein. Dadurch stehen auch die musikalischen Parameter, die die Ausdrucksmöglichkeiten von Musik im Allgemeinen und auch von Filmmusik bestimmen, im Auftrag der Funktionalität. Die einzelnen Variablen Dynamik, Tongeschlecht, Tempo, Rhythmik, Melodik, Harmonik, Tonhöhe und Klangfarbe können so eingesetzt werden, dass sie beim Rezipienten verschiedenartige Interpretationen bewirken. So können zum Beispiel dissonant eingesetzte Intervalle steigende Spannung bewirken oder verschiedene Instrumente Assoziationen hervorrufen, zum Beispiel die Assoziation von Violinen mit Liebesszenen. Die unterschiedlichen Ausdrucksmöglichkeiten berufen sich dabei häufig auf den reichen Vorrat an musikalischen Strukturtypen in Oper, Vokal- und programmatischer Orchestermusik.<sup>98</sup>

Die Differenz zwischen Filmmusik und autonomer Musik ist jedoch die klangliche

---

<sup>97</sup> Zitat aus Cohen (2001), S. 254

<sup>98</sup> vgl. Thiel (1981), S. 91

Entfaltung in der Zeit, die bei Filmmusik nicht gegeben ist. Dort muss sie meist direkt und eindeutig wirken, was zur Folge hat, dass die einzelnen musikalischen Parameter aus ihren traditionellen musikalisch-strukturellen Verbindungen gelöst werden müssen, um als einzelne Elemente mit dem Bild ihre Wirkung entfalten zu können.<sup>99</sup>

## 6.2. Kollative Eigenschaften

Den damit verbundenen Aspekt der Eindeutigkeit bzw. Einfachheit fasst *Claudia Bullerjahn* mit den Begriffen Komplexität, Ambiguität und Neuartigkeit / Bekanntheit unter den kollativen Eigenschaften der Filmmusik zusammen. Diese Eigenschaften bedingen sehr konkret die Art der Wirkung von Filmmusik, da sie verantwortlich sind für die Aktivierung und Lenkung des Rezipienten.

Eine Filmmusik muss sich einerseits auf schon bestehende Konventionen berufen, das heißt, sie muss eindeutig sein, andererseits muss sie ein gewisses Maß an Erregung hervorrufen, das sich bei neuartigen Einflüssen automatisch ergibt. Daraus und in Bezug auf verschiedene Filmmusikeinsätze ergibt sich ihre Komplexität. *Helga de la Motte-Haber* erwähnt dies bezüglich die Theorie des mittleren Maßes an Neuheit von *Berlyne*, der davon ausgeht, dass ein mittleres Maß an Neuheit in der Regel vom Rezipienten als besonders angenehm empfunden wird.

*„Man stelle sich eine verhärtete kategoriale Struktur vor, die das Verstehen einseitig reduziert auf den Vorgang der Assimilation, ohne dass noch eine Möglichkeit zur Akkomodation besteht. Gleichzeitig stelle man sich eine Situation mit sehr neuartigen ästhetischen Reizen vor, die sich jedoch nicht in diese Kategorie einfügen lassen. Als Folge davon wäre an eine Überforderung einer Person zu denken. Sie wird hilflos, eventuell aggressiv.“<sup>100</sup>*

Andererseits gibt es auch individuelle Aktivierungsmaße, die sich zum Beispiel aus

---

<sup>99</sup> vgl. Bullerjahn (2001), S. 129

<sup>100</sup> Zitat aus De la Motte-Haber (2002), S. 166

Erfahrungen ergeben: Nicht wenige Menschen suchen ganz bewusst ein hohes Maß an Reizen, zum Beispiel in Horror- oder Actionfilmen.

Ist jedoch die Grundvoraussetzung erreicht, die zur Aktivierung des Rezipienten führt, kann sich der durch die musikalischen Parameter geschaffene Ausdruck mitteilen.

Der Ausdruck der Musik teilt sich somit jeweils im Kontext der weiteren filmischen Parameter mit. Bezüglich des Musikausdrucks lassen sich zwei Ansätze hervorheben, die das Verhältnis von Musikausdruck und Gefühlseindruck auf unterschiedliche Weise deuten:

die Zeichentheorien und Resonanztheorien.

Bei den Zeichentheorien geht man von dem musikalischen Ausdruck als Symbol aus, das durch erlerntes Wissen und übereinstimmende Konventionen verstanden werden kann.

Die Resonanztheorien beschäftigen sich mit dem Ausdruck von Musik als Grundlage von Mitempfindungen, das heißt, dass musikalische Strukturen direkt Empfindungen auslösen, die der Rezipient, wenn er bereit dazu ist, nachvollziehen kann.<sup>101</sup> Bei der Wirkung von Filmmusik kann man jedoch sicherlich von beiden Theorien ausgehen.

Dies hat auch *Jeff Smith* auf seine Thesen zur Wirkung von Filmmusik übertragen, indem er von einer Kombination der Emotions- und Kognitionstheorien ausgeht:

*„My contention here is that spectators make sense of film music's affective properties on a number of different levels, and that these levels can best be understood within a combination of cognitivist and emotivist theories of musical affect. Cognitivist theories of musical affect assert that music can signify emotional meanings to listeners, but cannot arouse them. Emotivist theories, on the other hand, contend that music not only can but also sometimes does arouse emotional response in listeners.“*<sup>102</sup>

---

<sup>101</sup> vgl. Bullerjahn (2001), S. 196

<sup>102</sup> Zitat aus Smith (1999), S. 148

Claudia Bullerjahn definiert hierbei musikalischen Ausdruck durch drei übergeordnete Dimensionen:

*„Zur Evaluation – auch Wertung oder Valenz genannt – gehören Aspekte wie Gefallen oder Freude. Mit Potenz werden Aspekte der Macht, Kraft oder Überlegenheit umschrieben. Aktivität – auch Erregung genannt – umfaßt Aspekte der Bewegung und Geschwindigkeit.“<sup>103</sup>*

Mit diesen drei Dimensionen ist kein festgelegtes Modell geschaffen, jedoch lassen sich grundsätzliche Eigenschaften von Ausdrucksmöglichkeiten erkennen, die dann in verschiedene Gefühlseindrücke münden können. Inwieweit die einzelnen musikalischen Parameter bezüglich des Musikausdruckes eine Rolle spielen, werde ich versuchen bei den emotionalen Wirkungen von Filmmusik zu verdeutlichen.

Als weitere Variable auf der Filmmusikebene beeinflusst die Art der Komposition und Produktion die Form von Filmmusik. Zum einen erhält die Filmmusik ihren spezifischen Charakter durch den individuellen Stil des Komponisten, der dabei meist bewusst von Filmemachern ausgewählt wird, zum anderen spielt die verwendete Kompositionstechnik eine wichtige Rolle beim Zusammenspiel von filmischen und filmmusikalischen Informationen.

### 6.3. Filmmusiktechniken

Im Laufe der Zeit haben sich drei Haupttechniken herausgebildet: die Deskriptive Technik (underscoring), die Mood-Technik und die Leitmotiv-Technik.

Grob zusammengefasst lässt sich die Deskriptive Technik als Musik beschreiben, die alle sichtbaren Vorkommnisse, Bewegungen und dargestellten Gefühle möglichst synchron in der Musik nachvollzieht. In übersteigerter Form ist sie als Mickey-Mousing bekannt, welche heutzutage meist auch nur noch in Zeichentrickfilmen verwendet wird.

---

<sup>103</sup> Zitat aus Bullerjahn (2001), S. 128

Die Funktion dieser Art von Filmmusik ist es, die Distanz zwischen der filmischen Diegese und den nondiegetischen filmmusikalischen Informationen zu verkleinern, indem sich die Filmmusik der filmischen Diegese durch den Nachvollzug von Bewegungen oder durch die Synchronisierung von Ereignissen deutlich annähert.

Dadurch ist es möglich, den Fokus der Aufmerksamkeit des Rezipienten direkt auf einzelne filmische Ereignisse zu lenken.

Annabel J. Cohen beschreibt diese Kompositionstechnik auch als Hilfe zur Verdeckung des filmischen Produktionsapparates:

*„Precisely synchronizing diegetic action to its musical accompaniment masks the actual source of sonic production, the offscreen orchestra, and renders the emanation of music natural and consequently inaudible. Musical accompaniment was thus positioned to effect perception, especially the semiconscious, without disrupting narrative credibility.“<sup>104</sup>*

Die Mood-Technik hingegen vollzieht nicht jede einzelne Bewegung, sondern schafft Stimmungen, die über einen gesamten Verlauf einer Szene bestehen und damit den ganzen Verlauf einer Szene über die emotionale Wirkung miteinander verbinden.

*„Während man mit Hilfe der deskriptiven Technik bemüht ist, visuelle, aber z. T. auch seelische Vorgänge minutiös nachzuzeichnen, geht es in der Mood-Technik eher um die Vermittlung von statischem, höchstens in der Intensität sich leicht verändernden Gefühlsausdruck bzw. von nicht sichtbaren Befindlichkeiten der Protagonisten. Ähnlich wie in einem Charakterstück oder einer Barockarie wird jeweils nur ein Affekt vermittelt.“<sup>105</sup>*

Bei der Leitmotiv-Technik werden einzelnen Personen oder Begebenheiten bestimmte musikalische Motive zugewiesen, die veränderbar sind und zumeist als Er-

---

<sup>104</sup> Zitat aus Cohen (2001), S. 261

<sup>105</sup> Zitat aus Bullerjahn (2001), S. 84

innerung wiederkehren. Sind sie einmal im Kontext einer bestimmten Situation oder eines bestimmten Gefühls aufgetreten, so lässt sich mit Hilfe dieses Motivs die Erinnerung daran im Verlauf des Films immer wieder aufrufen. Gerade für die Hervorrufung von Emotionen ist diese Technik wichtig:

*„Für eine Dramaturgie des Films ist dieses Wissen von großem Wert: Schlüsselstellen und dramaturgische Angelpunkte können mit einer Musik als Garant für die Eintönung in eine bestimmte Emotionslage markiert werden.“<sup>106</sup>*

Bei der Komposition von Filmmusik lassen sich diese Techniken jedoch nicht immer so schematisch anwenden. Oftmals vermischt der Komponist alle Techniken untereinander oder weicht von seinem Personalstil ab. Die heutige digitale Produktionsweise ermöglicht es dabei zunehmend, in die Komposition einzugreifen und sie anders abzumischen. Meist werden auch, aufgrund fehlender Zeit, schon vorhandene, per Computer eingespeicherte Tracks, verwendet, um bestimmte Wirkungen zu erzielen.

Die Arbeit des Komponisten hat sich damit sehr stark den stetig wandelnden Techniken anzupassen und kann nicht immer als eigenständige Kunstform im traditionellen Sinne verstanden werden.

Ein anderer Aspekt der Komposition ist die Verwendung von assoziativen Mitteln, wie zum Beispiel musikalischen Zitaten oder Anklängen. Bei dieser Art des Musikeinsatzes vermittelt auch die Musik ein höheres Maß an Information und konkretisiert das Bild.<sup>107</sup>

Zur Erkennung des Zitats sind kognitive Prozesse seitens des Rezipienten gefragt, die je nach Situation dosiert eingesetzt werden müssen, damit sie den Rezipienten nicht überfordern.

*„Die Identifikation des Zitats, das im mannigfachen Kontext im Film auftauchen kann, verlangt differenziertere Funktionsweisen des Verstehens als die sonstige Hintergrundmusik; es setzt voraus,*

---

<sup>106</sup> Zitat aus Schneider (1986), S. 67

<sup>107</sup> vgl. De la Motte-Haber (2002), S. 237

*daß der Vorgang der Assimilation von Information sich verbindet mit der Anreicherung von strukturiertem Wissen, das im kategorialen System des Hörers gespeichert sein muss.“<sup>108</sup>*

Andere Arten der Verwendung von assoziativen Mitteln sind die Anklänge an bestimmte Genres oder Klischees, wie zum Beispiel die Verwendung von Streichern bei Liebesszenen. Die Anwendung solcher Klischees trifft beim Zuschauer auf erlernte Filmkonventionen und kann so schneller aufgenommen werden, was auch für die Wahrnehmung von Emotionen eine große Rolle spielt.

Beim Einsatz von Filmmusik ist es jedoch wichtig, nicht nur die Filmmusik an sich zu betrachten, sondern auch ihr Verhältnis zu anderen Variablen des Films, das heißt zum Bild und zur Sprache. Dabei konnte in mehreren Studien<sup>109</sup> nachgewiesen werden, dass Filmmusik deutlich zur strukturellen und semantischen Dichte der filmischen Narration beiträgt obwohl sie vom Rezipienten meist unbemerkt bleibt bzw. nicht bewusst wahrgenommen wird.

Rezipienten gaben deshalb häufig das visuelle Geschehen als Ausgangspunkt für markante Emotionen im Rahmen der wissenschaftlichen Untersuchungen an.<sup>110</sup>

Man kann also feststellen, dass Filmmusik deutlich den Fokus auf das Filmbild lenkt und der Rezipient dabei das Filmbild als Grund für bestimmte emotionale Assoziationen ansieht.

Daraus ist demnach auch zu schließen, dass das Filmbild nicht nur von der Filmmusik beeinflusst wird, sondern dass das Bild umgekehrt ebenso zur Konkretisierung der Musik beitragen kann.

*Annabel J. Cohen* hebt deshalb hervor,

*„that the film helps to control the definition of the object of the emotion experienced during the presence of music.“<sup>111</sup>*

---

<sup>108</sup> Zitat aus De la Motte-Haber (2001), S. 273 f.

<sup>109</sup> Siehe Cohen (2001)

<sup>110</sup> vgl. Cohen (2001), S. 255 ff.

<sup>111</sup> Zitat aus Cohen (2001), S. 250



Das Prinzip der affektiven Kongruenz haben *George Sirius* und *Eric F. Clarke* in einigen Experimenten untersucht.<sup>112</sup>

Dabei stellten sie fest, dass das Bild mit einer stärkeren Bedeutung aufgeladen wird, wenn die Musik besonders expressiv erscheint. Dies hängt aber nicht von einer bestimmten Kombination von Bild und Musik ab, sondern allein von der Stärke einer der beiden Komponenten.

Im Zusammenwirken beider Ebenen ergibt sich also eine höhere Eindeutigkeit als bei jeweils beiden allein.

*„More important, however, these results support the hypothesis that film music can arouse an emotional response as part of a combinatoire of expression. The additive effects of affective congruence are especially important here since it suggests that when an emotionally powerful visual track is combined with an emotionally expressive soundtrack, the heightening of affective meanings achieves an intensity that can produce a physiological response in spectators.”<sup>113</sup>*

Wegen der genaueren Verbindung der Filmmusik mit dem Bild erwähnt *Claudia Bullerjahn* zunächst Zusammenhänge, die sich in ähnlichen Variablen äußern.<sup>114</sup>

So kann der Rhythmus und das Tempo der Musik mit der Bildbewegung und der Schnittgeschwindigkeit des Filmbildes verglichen werden.

Dagegen weist *Zofia Lissa* jedoch daraufhin, dass der Rhythmus des Bildes nicht gleich dem Rhythmus der Musik ist:

*„Der Rhythmus, der sich unter den einzelnen Takten, in Zweitaktgruppen oder größeren Gruppen von Takten konstituiert, also der musikalische „Makrorhythmus“, ist eine den natürlichen Bewegungen lebendiger Menschen, die im Film gezeigt werden, völlig fremde Symmetrie. Der „Rhythmus“ der Verbindung von*

---

<sup>112</sup> vgl. Smith (1999), S. 162

<sup>113</sup> Zitat aus ebd., S. 163

<sup>114</sup> vgl. Bullerjahn (2001), S. 149

*Episoden oder Szenen in der visuellen Schicht des Films kennt nicht – wie der musikalische – feste zeitliche Maßeinheiten.“<sup>115</sup>*

Ich denke, dass auch in den Bildern Bewegung ist, die mit musikalischen Rhythmen nachvollzogen werden kann. Lissas Rhythmusbegriff lässt sich eher auf das musikalische Metrum übertragen, das die Musik in Takte teilt und nicht in dem Maße auf den Film übertragen werden kann. Es bildet sich also kein konträres Tempo zwischen Bild und Musik, da Filmmusik nicht wie autonome Musik auf das Metrum angewiesen ist.

Weitere Variablen, die *Claudia Bullerjahn* erwähnt, sind die inhaltliche Verknüpfung von Bild und Musik durch Leitmotive und der Nachvollzug von dramaturgischen Spannungsbögen auf beiden Ebenen. Ebenso gehen Bild und Musik eine enge Verbindung in Bezug auf filmische Klischees und Genres ein, die mit bestimmten Bild- und Musikvorstellungen verbunden sind.

*„Marshall and Cohen (1988) argued post hoc that shared accent patterns in the music and in the motion of the figures operated to focus attention on the temporally congruent part of the visual scene, and subsequently associations of the music were ascribed to this focus.“<sup>116</sup>*

In diesen Bereichen ist die Verbindung also schon gegeben und der Rezipient erfährt bei der Enkodierung keine Schwierigkeiten, da sich beide Ebenen komplementär ergänzen. Das Gegenteil ist gegeben, wenn Bild- und Filmmusikebene sich konträr zueinander verhalten, wenn sie also unterschiedliche Assoziationskomplexe hervorrufen.<sup>117</sup>

Die Frage ist, wie der Rezipient dieser Disparität begegnet. Ist er also in der Lage, beide Ebenen getrennt voneinander zu betrachten und diese dann, aufgrund von kognitiven Aktivitäten, sinnvoll miteinander zu verbinden?

---

<sup>115</sup> Zitat aus Lissa (1965), S. 76

<sup>116</sup> Zitat aus Cohen (2001), S. 257

<sup>117</sup> vgl. Bullerjahn (2001), S. 141

Diese These würde auch mit den schon erwähnten Erkenntnissen bei den Wahrnehmungsprozessen übereinstimmen, die besagen, dass der Rezipient unterschiedliche Informationen verarbeiten kann, wenn sie weit genug voneinander entfernt liegen und sich in ihrer Komplexität nicht überlagern. Inwiefern Komplexität gegeben ist, hängt damit aber auch vom einzelnen Rezipienten und seinen Einstellungen und Erfahrungen im Bezug auf das Filmgeschehen ab. Ist er also nur auf Unterhaltung und Entspannung aus, so wird er sich nicht auf komplexe kognitive Aktivitäten einlassen und die Verbindung von Bild und Filmmusik als zu kompliziert und störend empfinden. Ist der Rezipient jedoch auf komplexere kognitive Aktivitäten eingestellt und hat eventuell auch schon musikalische Erfahrungen, so wird er die Aufgabenstellung als weniger komplex empfinden.

Ähnlich verhält es sich mit der Relation von Sprache und Musik. Ihre Gemeinsamkeit ist das mögliche Verständnis beider als Sprachsystem auf den Ebenen der Syntax und Pragmatik. Schwierig ist es nur auf der semantischen Ebene, da Musik nicht als ein bestimmtes Zeichensystem verstanden werden kann, das bei der Kombination von verschiedenen musikalischen Variablen genaue Bedeutungen liefert.<sup>118</sup>

*„Musik kommuniziert im Allgemeinen anstelle von kognitiven primär emotionale Inhalte, was möglicherweise in Gemeinsamkeiten zwischen musikalischen Strukturen und außermusikalischen physiologischen Erfahrungsmustern begründet ist.“<sup>119</sup>*

In Bezug auf Filmmusik lässt sich jedoch teilweise eine Bedeutungsaufladung feststellen, die in konkretem Zusammenhang zum Bildinhalt steht.

Je nach funktionaler Bedeutung in Bezug auf den Film kann Filmmusik demnach emotionale, aber auch mit konkretem Informationsgehalt aufgeladene Informationen vermitteln.

Eine zusätzliche Schwierigkeit ergibt sich bei der Aufnahme von Sprache und Musik, da sie über den gleichen Kanal aufgenommen werden: den auditiven Kanal.

---

<sup>118</sup> vgl. Bullerjahn 2001, S. 145

<sup>119</sup> Zitat aus ebd.

Hierbei muss beachtet werden, dass sie sich von der Frequenz oder Lautstärke her nicht überlagern und in ihrer Komplexität aufeinander abgestimmt werden, je nachdem, welche Ebenen wahrgenommen werden sollen.

Wegen der Wahrnehmung und der Wirkung eines Films sind aber nicht nur die filmischen Parameter von Bedeutung, sondern ebenso die Variablen auf der Seite des Rezipienten. Diese werde ich im nächsten Abschnitt erläutern und versuchen, sie in Bezug zu der emotionalen Wirkung von Filmmusik zu setzen.

#### 6.4. Wahrnehmung des Rezipienten und emotionale Wirkungen von Filmmusik

Bei der Wahrnehmung eines Films spielen nicht nur die filmischen Parameter eine große Rolle, sondern ebenso die Komponenten der filmischen Rezeption. Beide Ebenen verbinden sich zu einem Gesamteindruck, der individuell das Filmerlebnis bestimmt.

Filmmusik unterliegt damit verschiedensten Einflussgrößen und muss immer wieder neu konstruiert werden in Bezug auf die intendierten Wirkungen des Films. Gerade die emotionalen Wirkungen sollen dabei häufig zur Unterstützung des Filmgeschehens dienen und werden bewusst, meist in Hollywoodproduktionen, zur besseren Einfühlung in die Handlung und die Personen genutzt. Die Wirkungen gehen dabei von Erinnerung und Verständnis bis zu Mitgefühl und Verstärkung der eigenen Emotionen. Doch wie hängt Filmmusik mit den emotionalen Wirkungen des Rezipienten zusammen und welche Komponenten des Rezipienten beeinflussen die emotionale Wahrnehmung?

Wie schon Thomas Hülshoff in seiner Emotionstheorie feststellt, handelt es sich bei Emotionen um ein mehrdimensionales Geschehen, das einerseits direkt durch Reize bewusstseinsähnliche Emotionen hervorrufen kann oder nach kognitiver Bewertung und damit auch Abgleichung mit konventionalisierten Mustern differenzierte Emotionen hervorbringt.

*Jeff Smith* hat diese unterschiedlichen Wirkungsebenen auf die Film- und Filmmusikrezeption übertragen und versucht, sie mit einer Kombination aus Emotions- und Kognitionstheorien zu erklären. Seine These geht von einer zweigeteilten emotionalen Bindung des Rezipienten an das Filmgeschehen aus.

Das bedeutet, dass Emotionen auf der einen Seite unbewusst im Rezipienten hervorgerufen werden können, auf der anderen Seite vom Film auch direkt kommuni-

ziert werden können. Filmmusik unterstützt diesen Vorgang durch zwei Prozesse, die *Smith* als „polarization“ und „affective congruence“ bezeichnet.<sup>120</sup>

Damit meint er, dass Filmmusik auf der einen Seite den dargestellten Inhalt der filmischen Narration konkretisieren und damit in eine Richtung polarisieren kann. Auf der anderen Seite kann sie auch die affektive Bedeutung des Filmbildes unterstützen und zusätzlich mit den gleichen Emotionen aufladen. Der Rezipient wird also in einen kognitiven Verstehens- sowie emotionalen Empfindungsprozess eingebunden:

*“Judgement and arousal, thus, would comprise two levels of music’s emotional engagement with listeners, the former being a necessary aspect of understanding musical affect and the latter a level of engagement that may or may not be activated depending on the specifics of the listening situation. If we accept these as different levels of engagement, then something crucial to our interpretation of the scene becomes almost immediately apparent: the emotions evoked by the scene are different from those communicated by the scene.”<sup>121</sup>*

*Jeff Smith* geht also von unterschiedlichen Emotionen aus, die vom Film kommuniziert, aber gleichzeitig auch im Rezipienten hervorgerufen werden können und sich so mit seinem individuellen Erleben des Filmes verbinden. Für die Aufnahme von Filmmusik spielen demnach die kontextuellen Einflussfaktoren des Rezipienten eine entscheidende Rolle, denn sie bestimmen, ob der Rezipient überhaupt in der Stimmung ist, sich auf einen Film emotional einzulassen oder die vom Film kommunizierten Emotionen nachzuvollziehen.

Wichtig für die Auswahl, aber auch für die Wahrnehmung eines Films ist damit die Bereitschaft und Erwartungshaltung des Zuschauers. Diese situationsabhängigen Faktoren bestimmen maßgeblich auch die Aufnahme und damit die Wirkung von Filmmusik.

---

<sup>120</sup> vgl. *Smith* (1999), S. 167

<sup>121</sup> Zitat aus ebd., S. 155

*„Die Filmrezeptionssituation als Ganzheit hat einen nicht unmaßgeblichen Einfluss auf das Sicheinstellen bestimmter Wirkungen. Ferner begünstigen oder begrenzen Stimmungen (z.B. depressiver oder aggressiver Natur) und Vigilanz (Grad der Wachheit) die Wirkung von Filmmusik.“<sup>122</sup>*

Claudia Bullerjahn erwähnt in ihrem Wirkungsmodell zunächst die direkt auftretenden Reaktionen, wozu sie die physiologische Ebene und damit zum Beispiel die Atem- und Pulsfrequenz oder den Hautwiderstand zählt. Beim Film lassen sich gerade diese körperlichen Reaktionen beobachten, die Aktivierungskompetenzen seitens des Rezipienten freisetzen können.

Die Mittel der Filmmusik sind dabei zum Beispiel extreme Lautstärke, da sich der Rezipient bei einer Lautstärke über 65 Phon nicht mehr gegen den akustischen Einfluss wehren kann. Ebenso lässt sich bei Georg Maas und Achim Schudack der Hinweis finden, dass ein Zusammenhang besteht zwischen tiefen Tonfrequenzen und Angstgefühlen:

*„Die Wirkung beruht möglicherweise darauf, dass sich tiefe Frequenzen – im Gegensatz zu hohen – nahezu kugelförmig ausbreiten, sich also nicht von den Ohren orten lassen, und dass sie für den Körper noch spürbar sind, wenn das Ohr wegen seines begrenzten Frequenzspektrums keine Wahrnehmung mehr zulässt.“<sup>123</sup>*

Damit deuten sich beim Körper Wirkungen an, die dann auch zu einer emotionalen Beeinflussung führen können. Andersherum kann man nicht von körperlichen Reaktionen gleichzeitig auf psychische Zustände schließen. Die physiologischen Einflüsse sind vielmehr Bedingung für eine sich später einstellende Emotion.<sup>124</sup>

Bei der Rezeption eines Films wird das eigene emotionale Erleben des Zuschauers mit der Filmhandlung verknüpft und somit auf den Film und die damit verbundene Filmmusik projiziert. Hierzu hebt Annabel J. Cohen hervor, dass der Rezipient nur die Musik betrachtet, die relevant ist für sein Verständnis und sein Erleben der

<sup>122</sup> Zitat aus Bullerjahn (2001), S. 154 f.

<sup>123</sup> Zitat aus Maas/Schuddack (1994), S. 45 f.

<sup>124</sup> vgl. Bullerjahn (2001), S. 197

filmischen Narration, was vermutlich auch aus der vom Rezipienten empfundenen Dominanz des visuellen Ereignisses resultiert. Aus dem persönlichen Kontext des Rezipienten und der filmischen Situation heraus ergibt sich also eine Auswahl der dargebotenen Filmmusik, die den Wahrnehmungsprozess bestimmt. Dieses Phänomen definiert *Cohen* als „inattentional deafness“ in Anlehnung an den Begriff der „inattentional blindness“, der aus dem Bereich der Kognitionstheorie stammt:

*„Two facts are important here. First, the visual system is blind to much available information, and this inattentional blindness is equally characteristic of vision in the real and in the film world. Thus, the fact that audiences extract the emotional information in music and fail to attend to the acoustical aspects might be described as a case of inattentional deafness, a byproduct of the fact that awareness depends on attention, and attentional capacity is limited.“*<sup>125</sup>

Es lässt sich also feststellen, dass der Rezipient zur Ergänzung der Diegese die Filmmusik benutzt, um so ein kontinuierliches filmisches Geschehen zu erzeugen. Ebenso wie die situationsbedingten Einflussfaktoren spielen damit auch die kontextunabhängigen Faktoren, wie die persönliche Biographie oder musikalische Vorerfahrungen, eine große Rolle.

*„Erfahrungen, die sich in Kompetenzen hinsichtlich Allgemeinwissen, audiovisuellen Medien, Musik und narrativem Wissen widerspiegeln, bilden die Voraussetzung dafür, dass z. B. kognitive Schemata oder Heuristiken angewendet werden können.“*<sup>126</sup>

Wie ich schon auf der biologischen Ebene erwähnt habe, bildet der Rezipient bestimmte Muster aus, die verschiedene Informationen verarbeiten können. Je nachdem, wie viel Erfahrung der Rezipient besitzt, sind diese Muster komplex oder weniger komplex ausgebildet und der Rezipient reagiert individuell auf bestimmte Bild-Musik-Verbindungen. Das bedeutet ebenfalls, dass Verbindungen mit dem gleichen

---

<sup>125</sup> Zitat aus *Cohen* (200), S. 243 f.

<sup>126</sup> Zitat aus *Bullerjahn* (2001), S. 152

affektiven Gehalt leichter erzeugt werden können, als Verbindungen mit gegensätzlichen Inhalten.

Diese Ebene führt auch dazu, dass der Rezipient bestimmte Vorlieben oder Stereotype entwickelt, um verschiedene Informationen einordnen zu können oder andere von vornherein auszusortieren.

In Bezug auf den Film bedeutet das, dass der Zuschauer sich eventuell nur bestimmte Genres aussucht oder sich von verschiedenen Themen angesprochen fühlt und dabei gleichzeitig nicht unterfordert werden will.

Doch durch welche Ausdrucksmöglichkeiten von Musik werden verschiedene Wirkungen erzielt?

Die Bedeutungsebenen von Filmmusik ergeben sich dabei nicht aus einem schon bestehenden lexikalischen Zeichenvorrat. Je nach Verbindung mit dem Bild kann Filmmusik mit verschiedenen Bedeutungen aufgeladen werden und sich damit funktional auf das Bildgeschehen beziehen. Ebenso können verschiedene musikalische Mittel Assoziationen hervorrufen, wie zum Beispiel die Auswahl eines bestimmten Musikinstruments. Die Musik kann aber auch eine eigenständige Dimension bilden und vom Zuschauer durch kognitive Leistungen erfasst werden, wodurch sich wiederum Emotionen bilden können. Andererseits können auch die Handlung oder das Bild Musik mit Emotionen aufladen, die dann zum Beispiel mittels Leitmotiven mehrmals im Verlaufe des Films abgerufen werden können.

Im Zusammenspiel aller Einflussgrößen setzt sich ein individuelles emotionales Erleben von Filmmusik zusammen, das dem Zuschauer die intensivere Wahrnehmung des Films ermöglichen kann und ein affektives Verständnis der Filmhandlung mit sich führt. Die emotionale Wirkung braucht dabei immer ihren Platz im Wahrnehmungsgefüge des Rezipienten.

Ihre Intensität hängt also von der Aufnahmefähigkeit jedes einzelnen Rezipienten ab. Filmmusik kann dabei immer als Angebot verstanden werden.



*„Musik gestattet nur das Erleben von Scheingefühlen, denn die durch das Publikum identifizierte Freude hat keinen realen Anlass und die erlebte Furcht keine wirkliche Konsequenz.“<sup>127</sup>*

Dass dabei ähnliche Gefühle von mehreren Zuschauern empfunden werden, ist möglich aufgrund von konventionalisierten Film- und Filmmusikerfahrungen, auf die sich Filme berufen und deren Muster sie bewusst einsetzen. Dies ist eine wesentliche Voraussetzung für den Erfolg eines Films. Die emotionale Wirkung führt jedenfalls in den meisten Fällen zu den intendierten Absichten der Filmemacher.

Auch wenn dabei nicht von Manipulation gesprochen werden kann, so ist doch hervorzuheben, dass ein Großteil der Kinozuschauer ganz bewusst in einen Film geht und sich dessen Wirkungen aussetzen will.

---

<sup>127</sup> Zitat aus Bullerjahn (2001), S. 199



## 7. Wirkung und Bedeutung von Musik im Film „Jacky Brown“ von Quentin Tarantino

### 7.1. Einleitung

Musik im Film kann vielerlei Funktionen übernehmen und unterschiedliche Wirkungen beim Zuschauer hervorrufen. Um die gewollten Emotionen beim Rezipienten auszulösen, wird die Musik oft speziell für den konkreten Film komponiert.

*Hicketier* unterscheidet zwischen synchroner und asynchroner Musik, wobei die synchrone Musik aus einer sichtbaren Quelle wie z.B. einem Autoradio zu kommen scheint, die asynchrone als Hintergrundmusik zu verstehen ist.<sup>128</sup>

Im Gegensatz zu den meisten anderen Filmmachern, nutzt Tarantino die synchrone Musik in verstärktem Maße. Bevor er die Arbeit an einem neuen Film beginnt, sucht er erst einmal in seiner Plattensammlung, „um eine passende Eingangsmusik zu finden. Einen Song, der die Frage, das Wesen, das Ende eines Films schon enthält.“<sup>129</sup>

Bekannte Beispiele für den Einsatz vom „Song“ gab es bereits im Film „Große Freiheit Nr.7“<sup>130</sup> mit „Auf der Reeperbahn Nachts um halb 1“ oder „Moon River“ aus „Frühstück bei Tiffany“<sup>131</sup>.

Wie schafft es der Regisseur *Quentin Tarantino* Musik, die bereits existiert und ihre eigene Geschichte und Herkunft besitzt, in seinem Film Jackie Brown in der Weise einzubinden, so dass der Inhalt des Filmes und der Textinhalt des jeweils untersuchten Liedes thematisch zueinander passen und sich in ihrer Wirkung wechselseitig dem Zuschauer erklären?

---

<sup>128</sup> vgl. *Hicketier* (1993), S. 96

<sup>129</sup> Seeßlen, S.65

<sup>130</sup> vgl. Filmverzeichnis

<sup>131</sup> vgl. Filmverzeichnis

## 7.2. Kurzbiografie Quentin Tarantino

*Quentin Tarantino* ist Regisseur, Drehbuchautor, Schauspieler und Produzent. Er wurde am 27. März 1963 in Knoxville, Tennessee geboren.

Nachdem er die Highschool verließ, um an der Abendschule Schauspielkurse zu nehmen und sechs Jahre lang keine Rolle bekam, hatte er einen Gast-Auftritt in der Kult-Sit-Com *Golden Girls*. Das Drehbuchschreiben begann *Tarantino* während der Arbeit in der Videothek. In dieser Zeit entstand das erste realisierte Drehbuch „*True Romance*“<sup>132</sup>, welches für 30000 \$ verkauft wurde. Mit dem verdienten Geld konnte der erste eigene Film „*Reservoir Dogs*“<sup>133</sup> finanziert werden. Der Film erhielt die beste Kritik in Cannes und wurde von Festival zu Festival weitergereicht. Später realisierte er „*Pulp Fiction*“<sup>134</sup> mit Starbesetzung und wurde später selbst zum Produzenten seiner eigenen Filme.<sup>135</sup>

## 7.3. Literaturverfilmung *Jacky Brown*

*Jacky Brown* hat viel negative Kritik einstecken müssen. So schrieb Fischer:

„Dem gegenüber steht ein Gefühl der Enttäuschung...“<sup>136</sup>

und später nennt er „*Jacky Brown*“ „zu werkgetreu“<sup>137</sup>. Auch wenn *Fischer* dem Film einiges zugute hält, so ist er tendenziell enttäuscht und findet einige Szenen ermüdend, nachträglich, aufgemotzt<sup>138</sup>.

*Ebert* hingegen schreibt zu „*Jacky Brown*“:

---

<sup>132</sup> vgl. Filmverzeichnis

<sup>133</sup> ebd

<sup>134</sup> ebd

<sup>135</sup> *Neiß* (2007), S. 5 f.

<sup>136</sup> Zitat aus Internetquelle 8

<sup>137</sup> ebd.

<sup>138</sup> ebd.

*„It's not a retread of Reservoir Dogs or Pulp Fiction, but a new film in a new style, and it evokes the particular magic of Elore Leonard - who elevates the crime novel to a form of sociological comedy.“<sup>139</sup>*

Ob positiv oder negativ bewertet, *„Jacky Brown“* ist eine Literaturverfilmung, die ein hohes Maß an Werkstreue vom Regisseur verlangt. Dies mag auch der Grund dafür sein, dass dieser Film als nicht typisch angesehen wird.<sup>140</sup>

#### 7.4. Inhaltsangabe

Die für eine kleine mexikanische Fluglinie arbeitende 44-jährige Stewardess *Jacqueline „Jackie“ Brown* (*Pam Grier*) hilft dem Waffenschieber *Ordell Robbie* (*Samuel L. Jackson*) bei seinen Geldwäschegeschäften, indem sie für ihn Bargeld aus den USA nach Mexiko und zurück transportiert.

Die Stewardess wird am Flughafen mit Schwarzgeld in ihrem Gepäck erwischt. Durch *Jackies* Aussage erhofft sich das FBI, einen Schmuggler-Ring auszuheben. Sie bieten ihr einen Deal an, sobald sie den Namen ihres Auftraggebers preisgibt, bekäme sie Straffreiheit. Die Entscheidung fällt ihr schwer, denn *Ordell Robbie*, ihr Boss und Drahtzieher der dubiosen Waffengeschäfte, würde sie umbringen, sollte er erfahren, dass sie einen Deal mit dem FBI eingegangen ist. Doch bevor sie sich entscheiden kann, lernt sie den Kautionsvermittler *Max Cherry* (*Robert Forster*) kennen. Beide schmieden gemeinsam einen Plan, wie sie *Ordell* gegen die Polizei ausspielen könnten. Mit einer geglückten Geldübergabe gelingt ihr Plan und *Jackie* kann sich der drohenden Strafe und der Gewalt durch *Ordell* entziehen.<sup>141</sup>

#### 7.5. Figuren

*„Seit „Reservoir Dogs“ (1992) arbeitet Tarantino fieberhaft daran, seine Filme der Welt, in der sie laufen, unähnlich zu machen. Das Paralleluniversum, in dem „Pulp Fiction“, „Jacky Brown“ und „Kill Bill“ spielen, darf sich weder mit der Wirklichkeit noch mit*

---

<sup>139</sup> Zitat aus Internetquelle 8

<sup>140</sup> Neiß 2007), S. 55

<sup>141</sup> vgl. Filmverzeichnis „Jacky Brown“

*dem übrigen Gegenwartskino berühren, sonst wäre seine Aura dahin.“<sup>142</sup>*

Im Vergleich zu anderen *Tarantino* Filmen fällt „*Jacky Brown*“ immer ein wenig heraus, was wohl daran liegt, dass es seine erste Literaturverfilmung ist. Und doch sind viele charakteristische Züge eines *Taratinos* zu erkennen. Durch den Einsatz der Schauspielerin *Pam Grier* als *Jacky* hat *Tarantino* schon einen sehr deutlichen Verweis auf die „Blaxploitation-Filme“ der siebziger Jahre gesetzt, denn im Originalroman ist die Protagonistin eine weiße Frau.<sup>143</sup>

In diesem Film verhalten sich die Gangster wie Genrefiguren: um den Chef *Ordell* gruppieren sich die verschiedenen Personen. Der Ex-Knasti *Louis*, die alternde Taschendiebin *Simone*, das Gangsterliebchen *Melanie* und der Verräter *Boumont*.

Doch immer wieder brechen diese Figuren aus ihren Rollenfunktionen aus.

*Louis* beginnt etwas mit *Melanie*, sie versucht ihn zu überreden *Ordell* um sein Geld zu betrügen. Doch statt des erwarteten Liebesverhältnisses mit dem Versuch gemeinsam das Geld zu stehlen, verrät *Louis Ordell Melanies* Plan. Scheinbar haben alle Figurenkonstellationen eine romantische Beziehung.

*Jacky* und *Max*, der Kautionsvermittler, der *Jacky* aus dem Knast geholt hat, gehen eine tiefgründigere Beziehung ein. Er hilft ihr bei der Durchführung ihres Plans, *Ordell* um sein Geld zu betrügen. *Jacky* arbeitet eigentlich für *Ordell*, spielt aber gegen ihn. Das Gleiche gilt für *Max*.

*Ordell* nimmt *Louis* als Partner, erschießt ihn aber, als sein Plan scheitert. *Ordell* hat eine Beziehung mit *Melanie*, überlässt sie aber bewusst *Louis*. *Melanie* versucht *Ordell* mit *Louis* zusammen zu betrügen, *Louis* ermordet *Melanie*, weil sie ihn nervt. Während alle Beziehungen der Personen untereinander von Eigennutz geprägt sind, bildet *Max* eine Ausnahme, er hilft *Jacky* und lässt sie schließlich gehen.

---

<sup>142</sup> Zitat aus *Neiß* (2007), S. 13

<sup>143</sup> vgl. *Neiß* (2007), S. 37

## 7.6. Die Musik zu „Jackie Brown“

*„Für mich gehen Film und Musik Hand in Hand. Wenn ich ein Skript schreibe, denke ich zuerst daran, die passende Musik für die Eröffnungsszene zu finden.“<sup>144</sup>*

Für den Film „*Jackie Brown*“ benutzte *Quentin Tarantino* ausschließlich bereits existierende Lieder. Diese Art der Musikverwendung ermöglicht es, den Zeitgeist der Musik in den Film zu übertragen. Mit Hilfe von source music können Emotionen, Stil und Geschmack der ursprünglichen Epoche lebendig gemacht werden. Im Film „*Jackie Brown*“ verwendete *Tarantino* Musikstücke aus den 1970er Jahren, vorwiegend aus den Genres Soul, Funk und Disco.<sup>145</sup>

Die meisten dieser Lieder stammen aus Filmen jener Zeit, die dem amerikanischen Filmgenre Blaxploitation zugeordnet werden können. Diese Bezeichnung wird für Filme verwendet, die aus der Sicht von Afroamerikanern gedreht wurden. Dieses Filmgenre entwickelte sich aus der Bürgerrechtsbewegung gegen Rassismus heraus.

Themen waren meist Drogenschmuggel, Waffengeschäfte und der Alltag in den Schwarzenghettos der Großstädte.

*Tarantino* nutzt die Historie der Lieder, um die Musik als Bestandteil der erzählten Welt zu verwenden (als Source Musik) und andererseits als Score Musik uns somit Bestandteil der Tonspur, ohne dass der Protagonist sie hören kann.

Gleichzeitig bekommt die Musik, aufgrund ihrer Historie und des Liedtextes, die Funktion der erzählerischen Komponente, je nach dem auf welcher Ebene sie in dem Film eingesetzt wird, zugeteilt. Vorausgesetzt der Rezipient hat ein Kontextwissen zu dem Lied, dann übernimmt die Musik die Funktion der Empathie.

Durch Einsatz dieser bestimmten Musik und der Besetzung der Protagonistin durch Pam Grier, einer Ikone der bereits erwähnten Blaxploitation-Filme der Siebziger, wird ein Rahmen geschaffen, der auf vergangene Zeiten, die der 1970er Jahre, verweist.

---

<sup>144</sup> Zitat aus Fischer (1998), S. 8

<sup>145</sup> vgl. Soundtrackverzeichnis „Jacky Brown“

### 7.6.1. Musik als Aufmerksamkeits-Auslöser am Beispiel „Across 110th Street“

Zu Beginn des Films wird die Hauptperson *Jackie Brown* eingeführt, musikalisch begleitet wird diese Sequenz durch das Lied „*Across 110th street*“ von *Bobby Womack*. Diese Musik ist zusätzlich schon im Menü der DVD begleitend hinterlegt.

*Jackie Brown* steht auf einem Förderband und fährt gleichmäßig von rechts nach links in das Bild ein. Sobald sie im medium shot (von Kopf bis Hüfte im Blickfeld des Zuschauers) zu sehen ist, beginnt auch der Gesang *Bobby Womacks*.

Hier gibt es eine Gleichrangigkeit von Handlung und Musik, da der Einsatz von Gezeigtem und Gehörtem zur selben Zeit beginnen. Der Zuschauer folgt *Jackie Brown* in der gleichen Einstellung in einer Parallelfahrt. Dadurch wird die Aufmerksamkeit auf *Jackie Brown* gelangt.

Durch die Statik des Blickwinkels liegt das Hauptaugenmerk auf dem gesungenen Text. Der Zuschauer erfährt durch das Lied eine mögliche Biografie, mit einigen Einschränkungen („...*third brother*...“) der dargestellten Protagonistin.

*„I was the third brother of five, doing whatever I had to do to survive.  
I'm not saying what I did was alright, trying to break out of the  
ghetto was a day to day fight.  
Been down so long, getting up didn't cross my mind, I knew there  
was a better way of life that I was just trying to find. You don't  
know what you'll do until you're put under pressure,  
Across 110th Street is a hell of a tester.“<sup>146</sup>*

Das Lied hat hier die Funktion eines Aufmerksamkeitsauslösers, aufgrund der möglichen Interpretation des Textes, bezogen auf die dargestellte Person, wird beim Zuschauer Aufmerksamkeit ausgelöst.

Somit bewirkt die Musik ein Spekulieren über den Hintergrund der Person.

An diesem Punkt greift die Form des Paraphrasierens, die Musik unterstützt die Stimmung der Handlung, in diesem Fall betont und unterstreicht sie die Protagonis-

---

<sup>146</sup> Zitat aus Soundtrackverzeichnis „*Jacky Brown*“



tin und erläutert sie dem Zuschauer. Das Lied ist in dieser Sequenz, auf die nicht-diegetische Ebene einzuordnen. Das Musikstück ist von der Protagonistin nicht zu hören und somit Teil der Tonspur. Allerdings ist hier eine Ambivalenz zwischen dem Diegetischen und dem Nichtdiegetischen zu erkennen.

Die ansonsten unüberwindliche Grenze dieser beiden Bereiche wird durchbrochen. Somit bekommt die nichtdiegetische Ebene durch den Liedtext eine erzählerische Komponente.

Der erste Schnitt in dieser Anfangssequenz befindet sich parallel zur Pause des Liedtextes, somit entsteht ein textfreier Übergang in der der Zuschauer ein ausgelegenes „uh“ hört, dazu wird der Blickwinkel der Kamera auf ein Röntgenband für Gepäckstücke gewechselt. In der folgenden Einstellung wird ein Reisender durch einen Metalldetektor abgetastet. Daraufhin wird die Kamera auf Jackie Brown gerichtet und der Liedtext ertönt wieder.

*I got one more thing I'd like to y'all about right now. Hey brother,  
there's a better way out. Snorting that coke, shooting that dope  
man you're copping out. Take my advice, it's either live or die.  
You've got to be strong, if you want to survive.<sup>147</sup>*

Hier ist der erste Hinweis, dass das Lied mit der Protagonistin definitiv verknüpft sein könnte, da es die textlichen Passagen des Liedes immer nur im Zusammenhang mit ihrer Präsenz in der jeweiligen Situation zu hören gibt.

Der Zuschauer begleitet die Protagonistin auf ihrem Weg durch ein Flughafengebäude. Der Takt des Liedes scheint der Protagonistin das Schrittempo vorzugeben. Das Gehen wirkt auf den Rhythmus des Liedes eingestellt. Ein Beleg dafür, dass Jackie Brown ebenfalls die Musik hören kann. Somit ist wieder ein Verwischen der Grenzen zwischen diegetischer und nichtdiegetischer Ebene zu bemerken. Das Lied ist nun Teil der diegetischen Ebene und übernimmt somit auch die musikalische Führung der Protagonistin durch das Flughafengebäude.

---

<sup>147</sup> ebd.

„The family on the other side of town, Would catch hell without a ghetto around. In every city you find the same thing going down, Harlem is the capital of every ghetto town.“<sup>148</sup>

Im Verlauf der Szene wird *Jackys* Schrittempo immer schneller, somit ist ein fließender Übergang vom Vorspann in die Filmhandlung gegeben.

Mit dem Ende des Refrains und dem erneuten Klangspiel gelangt sie in eine kleine Wartehalle. Ihr Schritt verlangsamt sich parallel zur ausklingenden, leiser werdenden Musik. Sobald sie ihre Arbeitsposition am Flughafenschalter eingenommen hat, ist das Lied zu Ende.

Der Song ist ein deutlicher biografischer Hinweis auf *Jacky Brown*.

Auch in der Schlussequenz des Films ertönt „*Across 110th street*“ und bildet somit einen musikalischen Rahmen um den gesamten Film.

*Jackie Brown* verabschiedet sich im Kautionsbüro von *Max Cherry*. Sie verlässt das Büro und *Max* starrt in die Weite hinaus aus seinem Büro. In diesem Moment setzt Musik ein, die der Zuschauer schon einmal gehört hat und zwar zu Beginn des Films.

In der nächsten Einstellung sieht der Zuschauer *Jackie Brown* hinter einem Lenkrad sitzen und fahren, sobald sie zu sehen ist, setzt auch der Gesang zu diesem Lied ein.

Mit Beginn des Refrains singt *Jackie Brown* mit.

Es ist also das Lied der Protagonistin, ein Leitmotiv für *Jackie Brown*, ihr Leben und auch ihre Einstellung, durch das Leben zu gehen, sich durchzusetzen, wie sie es erfolgreich gegen den Waffendealer *Ordell* und gegen die Polizei geschafft hat. Das Lied führt *Jackie Brown* mit ihren Problemen ein und lässt sie mit dem Wissen, dass sie jetzt genug Geld hat, um sich einen schönen Lebensabend zu machen, aus dem Film fahren. Sie hat den Ratschlag des Sängers bzw. des Liedes befolgt:

“*Take my advice, it's either live or die. You've got to be strong, if you want to survive*“.<sup>149</sup>

---

<sup>148</sup> ebd.

<sup>149</sup> ebd.

Die Bedeutung der Musik an dieser Stelle ist klar.

Sieht man die Anfangssequenz ohne Musik, kann man den Film in kein Genre eingliedern, es ist nicht klar, wer oder wie die gezeigte Person ist. Visuell wird nur verdeutlicht, wo sich die Figur befinden und was ihr Beruf ist. Nur die Mode und die Farben im Film geben einen kleinen Hinweis darauf, dass es sich nicht um die Gegenwart oder Zukunft handeln kann, sondern um ein bereits vergangenes Jahrzehnt.

Wird gespenstige Horrorfilmmusik unterlegt, glaubt man daran, dass die auf dem Laufband fahrende Jacky sich jeden Moment zur Kamera (also zum Zuschauer) dreht und ein Monster ist. Die Einführungen in den Film wäre somit eine ganz andere, es würde sich um einen Gruselfilm handeln.

Die Musik in Verbindung mit dem Bild erzählen das Genre des Films, die Zeit in der die Handlung von staten geht und die Biografie der Hauptdarstellerin.

#### 7.6.2. Der Effekt des Polarisierens am Beispiel „*Streetlife*“

Das Motiv des harten Lebens auf der Straße wird im Film noch einmal explizit durch das Lied „*Streetlife*“<sup>150</sup> von *Randy Crawford* aufgegriffen.

Es kommt zur Umsetzung des Plans, der Geldübergabe Einkaufszentrum. Der Zuschauer weiß bereits, dass *Jackie Brown* mit Hilfe von *Max Cherry* versucht, das Geld weder Polizei noch *Ordell* zukommen zulassen. Es entsteht eine Erwartungshaltung des Zuschauers, die sich mit der Frage des Gelingens und möglichen Scheiterns der Geldübergabe beschäftigt.

Das Lied setzt im selben Moment ein, in dem *Jackie Brown* mit ihrem Auto Richtung Einkaufszentrum fährt. Wie eine Ankündigung, dass gleich etwas Wichtiges passieren wird, wirken die Blechinstrumente in diesem Lied. Die Aufmerksamkeit auf das Kommende ist beim Zuschauer hoch und so erzeugt die Musik hier den Effekt des Polarisierens, das heißt durch die Musik wird dem Zuschauer ein Ereignis

---

<sup>150</sup> ebd.

angekündigt und dieser kann sich darauf vorbereiten. Gleichsam ist auch dieses Lied wie eine persönliche Hymne der Protagonistin zu verstehen.

*„I play the streetlife, because there`s no place I can go Streetlife –  
it`s the only life I know Streetlife – and there`s a thousand parts to  
play Streetlife – until you play your life away“<sup>151</sup>*

Diese Passage ist eindeutig auf das Schicksal von *Jackie Brown* zu übertragen, so hat auch *Jackie* in ihrem Leben schon viele Rollen spielen müssen, um sich durchzukämpfen. Doch bevor sie ihr Leben verspielt, also entweder ins Gefängnis muss oder sich der Gewalt von *Ordell* aussetzt, nimmt sie den Schicksalslauf mit Hilfe ihres Plans selbst in die Hand.

Dieses spiegelt sich auch in dem Text des Liedes wider, strotzend vor Selbstbewusstsein sich seinen Weg auf der Straße zu bahnen. Hier ist wieder eine Gleichrangigkeit von Handlung und Lied bzw. Liedtext innerhalb des Films zu erkennen. Das Lied gibt dem Zuschauer Auskunft, welches die Beweggründe für die Entschlossenheit sein könnten, aufzupassen, nicht auf der Straße, im übertragenen Sinn im Leben, der Verlierer zu sein und auf der Strecke zu bleiben.

*„You let the people see, just who you wanna be And every  
night you shine, just like a super star That`s how the life is played  
a temptin masquerade You dress, you walk, you talk You`re who  
you think you are Streetlife – you can run away from time Streetlife –  
for a nickel or a dime Streetlife – but you better not get old  
Streetlife – or you`re gonna feel the cold  
There`s always love for sale a grown-up fairytale Prince charming  
always smiles behind a silver spoon And if you keep it young  
your song is always sung Your love will pay your way beneath the  
silver moon“<sup>152</sup>*

---

<sup>151</sup> ebd.

<sup>152</sup> ebd.

An diesem Beispiel zeigt sich wiederum das Verwischen der Erzählstruktur von der nichtdiegetischen Ebene hin zur diegetischen Ebene. Wiederum wird in den Bewegungen, der Gestik und Mimik der Protagonistin deutlich, dass auch sie die Musik hört und sich nach ihr bewegt.

Das Lied verlässt demnach die Ebene der Tonspur, die nur dem Zuschauer zugänglich ist, um in der Ebene des Diegetischen der Darstellerin die Führung in der Handlung zu bieten und gleichzeitig, mit Hilfe des Liedtextes, diese zu erklären und zu kommentieren.

Ihre Schritte sind im Takt. Ihre Körperhaltung ist sehr aufrecht und vermittelt das Gefühl einer Entschlossenheit, eines sich ‚Sicher seins‘ in dem was gerade getan wird.

Hier bekommt der Zuschauer, besonders durch den Text des Liedes vermittelt, dass es einen Unterschied zu der Anfangssequenz gibt. Jackie Brown ist nicht passiv, das Lied erzählt nicht mehr nur über sie, sondern vielmehr ist sie die Aktive, die gewissermaßen dem Zuschauer ihre Gedanken durch das Lied mitteilt.

*„I play the streetlife, because there`s no place I can go Streetlife –  
it`s the only life I know Streetlife – and there`s a thousand parts to  
play Streetlife – until you play your life away - ooh“<sup>153</sup>*

Auch am Ende dieses Liedes scheint der Heldin noch eine Warnung nachzueilen: „...until you play your life away“, so als solle sie aufpassen, in diesem Spiel voller Intrigen nicht die Übersicht zu verlieren.

Das Lied sorgt einerseits mit seinem schnellen Tempo und dem Inhalt des Textes für eine Steigerung der Spannung in dieser Sequenz. Andererseits dient das Musikstück, vor allem durch den Musiktext, der Protagonistin zur Unterstützung des eigenen Vorhabens, sich mutig der Geldübergabe zu stellen, den Plan Polizei und *Ordell Robbie* gegeneinander auszuspielen, um somit erfolgreich aus dieser Situation hervorgehen zu können. Das Lied kommentiert und erklärt die innere Einstellung der Protagonistin, wie diese über das Leben denkt.

### 7.6.3. Die Funktion des Kontrapunktes am Beispiel der Mordszenen

Der erste Mord vollzieht sich an *Boumont*.

Nachdem *Ordell Boumont* aus dem Gefängnis freigekauft hat, drohen dem 10 Jahre Haft, denn er wurde beim Waffenschmuggel erwischt. Somit wird er zu einer Gefahr für *Ordell*, da er die jahrelangen Geschäfte vor der Staatsanwaltschaft ausplaudern könnte, um der Inhaftierung zu entkommen. Mit einem Trick bringt *Ordell Boumont* dazu, sich in den Kofferraum des Wagens von *Ordell* zu legen. Im Auto schiebt er eine Kassette von den *Johnson Brothers* mit dem Song „*Strawberry Letter*“<sup>154</sup> ein. Ein ‚grooviges‘ und ‚funkiges‘ Lied, der Text beschreibt eine Liebe zwischen Mann und Frau. *Ordell* fährt mit dem im Kofferraum liegenden *Boumond* einmal um die Ecke und erschießt diesen.

Die Musik ist das Gegenteil von dem was man sieht. Für *Ordell* scheint das Morden zum Tagesgeschäft zu gehören, die Musik impliziert mit welcher Leichtigkeit und Reuhelosigkeit hier der Mord vollbracht wird. Dieses Beispiel ist eindeutig für die Funktion des Kontrapunktierens.

Ähnlich ist es am Beispiel von *Melanies* Mord durch *Louis*. Auch er hört kurz nach der Erschießung fröhliche Soulmusik, der Zuschauer leidet nicht lange mit den Opfern und fühlt sich nicht in diese hinein. Vielmehr wird der Augenmerk durch die Musik immer wieder auf *Jacky* und *Ordell* gerichtet.

### 7.6.4. Beschreibung der Bindung von Max Cherry & Jackie Brown durch Musik

Mit der Begegnung zwischen *Max* und *Jackie* ändert sich auch die musikalische Grammatik:

„*Why do you keep my mind / On you all the time / Thinking about  
you every day.*“<sup>155</sup>

*Max* ist mit anderen Worten ziemlich hin und weg.

---

<sup>154</sup> vgl. Soundtrackverzeichnis „*Jacky Brown*“

<sup>155</sup> ebd

Er holt *Jackie Brown* in seiner Funktion als Kautionsvermittler aus dem Gefängnis ab. Er wartet vor dem Gefängnistor, als im Halbdunkel *Jackie Brown* schemenhaft in der Entfernung näher auf das Tor zukommt. In dem Moment sieht der Zuschauer die Szene aus der Subjektiven, aus dem Blickwinkel von *Max* und immer wieder im Wechsel die frontale Einstellung auf *Max*.

Zugleich beginnt auch das Lied „*Natural High*“ von der Gruppe *Bloodstone*.

In der Mimik von *Max Cherry* sieht der Zuschauer Erstaunen, so als sei er überwältigt von der Person, die er gerade betrachtet. Genau diese Stimmung greift das Lied in seinem Liedtext auf und beschreibt scheinbar genau die Gefühle, die *Max* gerade durch den Kopf gehen. Es wird klar, dass *Max* fasziniert ist von *Jacky* und sich zu dieser Frau hingezogen fühlt.

*„Why do I keep my mind on you all the time And I don't even  
know you  
Why do I feel this way Thinking about you every day And I  
don't even know you  
Take me in your arms Thrill me with all of your charms  
And I'll take to the sky on a natural high (I want to take to the sky)  
Loving you more 'till the day I die (On the natural high)  
Take to the sky on a natural high (I want you to be mine)  
Loving you more.“*<sup>156</sup>

An dieser Stelle des Films ist die Musik auch zur Untermalung der Stimmung gedacht. So soll diese erste Begegnung auch musikalisch getragen werden. Rote Fingernägel in der Nahaufnahme, sanftes Streichen durchs Haar und das Einlegen des Ganges auf „Drive“ sind Hinweise für das Entstehen einer gemeinsamen Bindung über die Grenze von Klientin und Kautionsvermittler hinaus, auf eine persönliche, intimere Bindung.

Der Zuschauer fragt sich: Gibt es ein ‚Happy End‘, kommen die Beiden zusammen? Der Song verleiht der Szene die Stimmung und dient als Aufmerksamkeitsauslöser.

---

<sup>156</sup> ebd.

Gerade diese Art von ruhiger, gefühlvoller Musik, vor allem das Lied „*Didn't I (Blow Your Mind This Time)*“<sup>157</sup> von den *Delfonics* wird die Beziehung zwischen Max und Jackie prägen.

Zum ersten Mal mit diesem Lied der *Delfonics* kommt Max beim Besuch bei *Jackie Brown* in Kontakt. Es ergibt sich das für *Tarantino* obligatorische Gespräch über Musik. Sie will eine Platte auflegen, und er fragt, ob sie etwa die ganze CD-Revolution verpasst habe. Die Beziehung zwischen Max und Jackie wird gleichsam von Musik getragen.

„I gave my heart and soul to you, girl Didn't I do it baby... didn't I  
do it baby  
Gave you the love you never knew, girl Didn't I do it baby... didn't I  
do it baby“<sup>158</sup>

Max sitzt bei Jackie am Küchentisch und beobachtet sie, wie sie eine Schallplatte auflegt. Es beginnt das Musikstück „*Didn't I*“ der Gruppe *Delfonics* und wieder sieht der Zuschauer in einer langen Einstellung Max, wie er Jackie betrachtet. Während der ersten vier Zeilen des Liedes schweigen beide Protagonisten, das Lied rückt noch mehr in den Vordergrund und übernimmt somit in der diegetischen Ebene die Funktion der Kommunikation zwischen Max und Jackie. Das heißt, beide können das Lied hören, da es Bestandteil der Erzählwelt des Filmes ist.

So kann gesagt werden, dass das Lied durch den Musiktext die Gedanken der Beiden für den Zuschauer sichtbar macht, bzw. dem Zuschauer erklärt, welche Emotionen zwischen den beiden Personen entstanden sind.

Max kauft sich eine Musikkassette der *Delfonics* und fortan hört er sie in seinem Auto. Das Thema des Liedes wird zum Leitmotiv für Max. Während er mit seinem Auto auf den Parkplatz des Einkaufszentrums fährt, hört er in seinem Wagen erneut das Lied „*Didn't I*“, auch als er nach der geglückten Geldübergabe wegfährt, ertönt das Lied. Das Lied ist unmittelbar mit *Jackie Brown* verknüpft, da er das Lied zum ersten Mal bei ihr gehört hat. Max ist durch das Lied mit Jackie verbunden.

---

<sup>157</sup> ebd.

<sup>158</sup> ebd.



Zum zielgerichteten Einsatz wird dieses Lied in der Szene genutzt, als *Ordell* von *Max* zum Kautionsbüro gebracht wird. Die Situation ist angespannt und *Ordell* will das Auto von *Max* fahren, wieder geht die Kassette der *Delfonics* an und es erklingt „*Didn't I*“. Doch allerdings hört der Zuschauer das erste Mal, wie der Text des Liedes weiter geht. Denn bisher wurde das Musikstück nicht ausgespielt. Nun kommt es zum finalen Einsatz in dieser Szene, um den Fortgang der Situation, die im Lied beschrieben wird, dem Zuschauer zu erzählen.

*„I've tried so many times and that's no lie It seems to make you  
laugh each time I cry  
Didn't I blow your mind this time, didn't I, oh Didn't I blow  
your mind this time, didn't I, Listen  
I thought that heart of yours was true, girl Now didn't I think  
it baby, babe... didn't I think it baby  
But this time I'm really leavin' you, girl Hope you know it  
baby... hope you know it baby  
Ten times or more, yes, I've walked out that door  
Get this into your head, there'll be no more  
Didn't I blow your mind this time, didn't I, oh Didn't I blow your  
mind this time, didn't I  
Didn't I do it baby... didn't I do it baby Didn't I do it baby... didn't I  
do it baby  
Ten times or more, yes, I've walked out that door Get this into  
your head, there'll be no more  
Didn't I blow your mind this time, didn't I, oh Didn't I blow your  
mind this time, didn't I I got to live baby Didn't I blow your mind  
this time, didn't I, oh Didn't I blow your mind this time, didn't I“<sup>159</sup>*

Die angespannte Stimmung zwischen *Max* und *Ordell* wird auch im Lied aufgegriffen. Die Harmonie des ‚Anhimmeln‘ weicht der Aussage, dass die besungene Person verlassen wird und es keine gemeinsame Zukunft geben wird.

---

<sup>159</sup> ebd.

Hier zum Ende des Liedes und zum Höhepunkt des gesamten Films wird noch einmal durch den Textinhalt die Spannung gesteigert. Wiederum ist der Einsatz der Musik zur fortführenden Charakterisierung und Entwicklung der Bindung zwischen *Max Cherry* und *Jackie Brown* zu verstehen. Die Musik, die sie *Max* ‚geschenkt‘ hat (und durch die er tatsächlich etwas anderes wurde als zuvor), verbindet sie nicht mehr. *Max* hat durch *Jackie*, eine für ihn längst verloren geglaubte Gefühlswelt wieder entdeckt.

Mit dem Ende des Liedes gibt es für beide keine gemeinsame Zukunft. Denn Jackie fährt, wie bereits erwähnt, am Ende des Films, eingebettet in ihrer eigenen Musik, allein davon.

### 7.7. Schlussbetrachtung

Die Songs im Film „*Jackie Brown*“ haben Vergangenheit. Sie existierten lange bevor es diesen Film gab. In den 70ern, Soul, ‚schwarze Musik‘, entstanden aus der afro-amerikanischen Bürgerrechtsbewegung gegen Rassentrennung und für Gleichberechtigung.

Es gibt zahllose Gedächtnisse auf dieser Welt, die diese Lieder kennen und mit ihr etwas verbinden. Selbst in der Gegenwart verliert die Musik aus vergangenen Tagen nicht an Aufmerksamkeit und Anerkennung. „*Streetlife*“ zum Beispiel erlangt über zwei Millionen Klicks auf Youtube.<sup>160</sup>

*Tarantino* schenkt der synchronen, also bereits bestehenden und nicht explizit komponierten Musik, sehr viel Beachtung. Durch Source Musik aus dem Autoradio oder von *Jackies* Plattenspieler charakterisiert er seine Figuren, zeigt Vorlieben auf, baut Leitmotive. Es wird sogar in mehreren Stellen des Films direkt über die Musik gesprochen, namentlich benannt, dazu gesungen und auch getanzt.

Er rückt die Musik soweit in den Vordergrund, dass es speziell eine Szene gibt, in der *Max* in einem Laden eine Kassette von den *Delfonics* kauft, Musik die er bei *Jacky* gehört hat.

---

<sup>160</sup> vgl. Internetquelle 9

Meistens bricht die Musik abrupt ab, wenn zum Beispiel der Motor eines Autos ausgestellt wird, oder in *Louis Bus*, dessen Autoradio mit der Batterie verbunden ist. Die Startschwierigkeiten lassen die Musik ein und ausgehen. Ein Kniff, der die Aufmerksamkeit des Zuschauers deutlich auf die Musik lenken soll.

*The thing I'm coming from is listening to music to be the guide to a movie. That's the beat or the rhythm the movies to play at. (...) In the case of Jacky Brown, old-school Soul is the rhythm and feel this movie takes place to. Not high energy stuff, but Bill Withers, the Delfonics song you hear. That's how we're supposed to take it in. Once I decided that, it became the easy process of diving into my record collection and finding the right pieces.*<sup>161</sup>

Darüber hinaus hat die Musik in „*Jacky Brown*“ noch mehr Bedeutung. Aufgrund des Inhaltes der Songs wird die Musik so eingesetzt, dass sie nicht nur untermalt, Aufmerksamkeit lenkt und den Zuschauer in die Zeit der 70er Jahre versetzt, sondern hat vor allem auch erzählerische und inhaltliche Funktion.

So erfährt der Zuschauer durch den Einsatz der Lieder, womit sich die Protagonisten gerade gedanklich beschäftigen könnten. Ebenso geben die Lieder Einblick in die Gefühlswelt der Figuren und kommentieren deren Handlungen. *Tarantino* verknüpft den Liedtext mit der Handlung so geschickt, dass die Musik nicht melodiöse Untermauerung, sondern fester Bestandteil für die Erzählung der Szene ist.

So sind die Lieder nicht mehr nur klangliche Unterstützung, sondern musikalische Identifikation der Protagonisten, wie dieses an den Beispielen von *Jackie Brown* und dem Lied „*Across 110th street*“, als auch von *Max Cherry* und „*Didn't I*“ zu belegen ist.

Musik ist in diesem Film narratives und dramaturgisches Stilmittel.

Die Handlung scheint für die Musik geschrieben und der Protagonist auf den textlichen Inhalt der Lieder in seiner Beschreibung und Charakterisierung abgestimmt. Nur so gelingt es dem Regisseur Lieder mit vorhandener Geschichte in seinen Film

---

<sup>161</sup> vgl. Peary (1998), S. 200

einfließen zu lassen. Die Musik und ihr Einsatz in diesem Film sind nicht mehr nur Stilmittel im Sinne von musikalischem Beiwerk, sondern vielmehr diktierender Bestandteil von Themen und Beschreibungen für die Handlungen in „*Jackie Brown*“. Allerdings ist dabei anzufügen, dass dieser Film keineswegs als „audiovisuelles Stimmungsgedicht“ zu betrachten ist, bei dem der Film der Musik zuhört.

So weist die Musik im Film auch auf die Ära seiner Darsteller, in erster Linie eine Art Heldengesang auf die Galionsfigur des ‚Schwarzenkinos‘ der 1970er Jahre: *Pam Grier* auf, die in den Siebzigern mit emanzipierten Frauenrollen, wie „*Coffy*“, „*Sheba Baby*“, „*Friday Foster*“<sup>162</sup> oder in ihre Paraderolle der „*Foxy Brown*“<sup>163</sup> zu Ruhm gelangte.

Mit diesem Kontextwissen lassen sich die Verweise musikalischer Art in diesem Film erkennen. Vor allem der Verweis auf das Blaxploitationgenre, indem die Filme aus der Sicht von Afroamerikanern gedreht wurden und Pam Grier eine bedeutsame Rolle gespielt hat.

Die Bedeutung der Musik nimmt in jedem Film unterschiedliche Funktionen ein und trägt unterschiedliche Bedeutungen.

„*Jacky Brown*“ jedenfalls wäre ohne die Musik nicht „*Jacky Brown*“.

Die Figuren wären dem Zuschauer nicht so verständlich, wäre da nicht die Musik. Die Musik regt die Aufmerksamkeit an, lässt die Handlung und die Gefühlswelten der Charaktere verstehen und führt uns in die Zeit der Blaxploitationfilme der 70er Jahre.

Für *Quentin Tarantino* und seine Arbeit spielt die Musik allerdings nicht nur persönlich und in seinen Filmen eine Rolle, sondern schon in der Preproduction, dem Drehbuchschriften und während des Drehzeitraumes.<sup>164</sup>

Denn ähnlich wie Stanley Kubrick nutzt er die Musik für die Darsteller zum Einfühlen in ihre Rolle, in den Film - als Stimmungsmanipulation.

---

<sup>162</sup> vgl. Filmverzeichnis

<sup>163</sup> ebd.

<sup>164</sup> vgl. Barnes und Hearn (1996), S. 102

Sowohl der Regisseur selbst, als auch das Filmteam und die Schauspieler können so Emotionen fühlen und verstehen, denen keine wörtliche Definition zugrunde liegt. Dieses Phänomen ist als Metafunktion der Filmmusik beschreibbar.



## 8. Wirkung und Bedeutung Musik im Werbefilm „Coca-Cola“

### 8.1. Einleitung

Ob das weltbekannte „*Bacardi Feeling*“, die Darbo-Arie „*Coin Viens Mallika*“, das „*Müllermilch-Lied*“ oder „*Waka Waka*“ des FIFA World Cups von Shakira – Werbemusik ist populärer denn je.

Immer häufiger werden Songs aus der Werbung zu erfolgreichen Welthits und damit zu populären akustischen Identitäten von Marken und Produkten. Angesichts der Informationsflut, die einen durchschnittlichen Rezipienten täglich erreicht, ist es immer schwieriger, mit einem Werbespot in dessen Bewusstsein vorzudringen.<sup>165</sup>

Um sich aus dieser Masse abzuheben, hat auch die Werbebranche die Möglichkeiten von Musik als Mittel zur Differenzierung entdeckt. Werbung muss Emotionen wecken, um erfolgreich zu sein und welches Mittel wäre dazu besser geeignet als Musik? Heute nutzen nahezu alle Werbespots musikalische Elemente, um auf das beworbene Produkt oder die beworbene Leistung aufmerksam zu machen.

Im TV und Radiobereich sind rund 80 Prozent aller Spots mit Musik unterlegt, in der Kinowerbung sind es nahezu 100 Prozent.<sup>166</sup>

Die breite Palette reicht von einfachen Audio Logos bis hin zu komplexen Brand-Songs, von eher zufällig oder nach persönlichen Präferenzen ausgewählter Musik bis hin zu professionell produzierter Werbemusik.

### 8.2. Grundlagen des Audio Brandings

#### 8.2.1. Die Marke

Grundlage der akustischen Markenführung ist die Bildung einer Marke (engl. brand). Eine Marke definiert sich entweder über technische Vorteile, Funktionen die den Alltag des Verbrauchers erleichtern (z.B.: Stressentlastung) oder Qualitätskonstanz, Design und vieles mehr.

Die Markenidentität umfasst die Definition des Markenkerns, also den Werten der Marke.

---

<sup>165</sup> vgl. Bruhn (2005), S. 79

<sup>166</sup> vgl. Internetquelle 10

Dabei kann man sachlich-funktionale Werte (Preis, Qualität, Leistung), ästhetisch kulturelle Werte (Poesie, Schönheit, Bildung), emotionale Werte (Liebe, Angst, Abenteuer, Tatus, Prestige und ethisch-ideelle Werte (Verantwortung, Glaubwürdigkeit, Sinn, Natürlichkeit) unterscheiden.

Die Identität der Marke wird des Weiteren durch den Name, das Logo und die Position auf dem Markt definiert.<sup>167</sup>

Also ist die Musik, wie schon am Beispiel der Filmmusik erläutert, nur ein Teil, welcher im Verhältnis zu anderen Identifikationsfaktoren steht.

### 8.2.2. Definition Audio-Branding

Audio-Branding kann als Prozess gesehen werden, bei dem einer bestehenden oder zu formenden Marke ein typisches akustischen Kennzeichen beigefügt werden soll mit dem Ziel, eine Markenidentität und letztendlich einen Markenmehrwert zu schaffen. Der Klang, der Rhythmus, aber auch die Melodie leitet sich aus den bestehenden Markenwerten ab. Durch die entwickelte Werbemusik soll Aufmerksamkeit, Wiedererkennung und auch Differenzierung geschaffen werden.<sup>168</sup>

### 8.2.3. Definition Corporate Sound

Wird das Audio-Branding ganzheitlich auf das Unternehmen übertragen spricht man im Ergebnis vom Corporate Sound. Dieser ist Bestandteil der Corporate Identity, also der Unternehmenspersönlichkeit bzw. des Unternehmenscharakters, dessen Elemente des weiteren Corporate Desing, Corporate Communication, und Coporate Behavior sind.<sup>169</sup>

---

<sup>167</sup> vgl. Düssel (2006), S. 289 ff.

<sup>168</sup> vgl. Bronner (2007), S. 17

<sup>169</sup> vgl. Hein (2006), S. 41 ff.



#### 8.2.4. Elemente des Audio-Brandings

Es gibt unterschiedliche Elemente des Audio-Brandings.

Der begriffseigene Klang meint die Möglichkeit, ein akustisches Markenzeichen zu formen.<sup>170</sup> Der Name Telekom zeigt unmissverständlich auf, dass das Unternehmen in der Telekommunikation tätig ist. Das Produkt „*Crunchies*“ trägt seinen Namen, da beim Essen ein ‚Knuspergeräusch‘ ertönt, welches sich schon im Markennamen wieder findet.

Der produkteigene Klang meint das Geräusch der Marke. Der Kekshersteller „*Pick Up*“ beauftragt ein 30-köpfiges Entwicklungsteam, das Sounddesign des Produktes weiterzuentwickeln.<sup>171</sup> Auch hier ist das „Knusper-Knack-Geräusch“ gemeint. Durch diesen Sound soll dem Verbraucher beim Biss in den Keks ein Frische- und Qualitätsgefühl vermittelt. Auch der Autohersteller Porsche sorgt für den ganz besonderen Klang des Motorengeräusches.<sup>172</sup>

Die Hintergrundmusik wird häufig in Kaufhäusern angewendet, um für eine angenehme, verkaufsfördernde Stimmung zu sorgen.

Unter Brand Voice versteht man die Verwendung von Stimmen, besonders von „Markenstimmen“. Sehr häufig werden Stimmen von Synchronsprechern eingesetzt, die aus dem Fernsehen oder Kino bekannt sind.<sup>173</sup>

Das Audio-Logo ist das akustische Gegenstück zum visuellen Logo. Meistens handelt es sich hierbei um eine sehr kurze, akustische Sequenz von ein bis drei Sekunden.<sup>174</sup> Als Bekanntes Beispiel ist „*Katjes jes jes jes*“ zu erwähnen.

Jingle heißt soviel wie Geklingel und bezeichnet einen textierten, meist gesungenen Werbespruch, der den Botschaftsinhalt kommuniziert.

---

<sup>170</sup> vgl. Kilian (2007), S. 59

<sup>171</sup> vgl. Internetquelle 11

<sup>172</sup> vgl. Baumgarth (2004), S. 65

<sup>173</sup> vgl. Lehmann (2005), S. 63

<sup>174</sup> vgl. Bronner (2007), S. 59 f.

Im Gegensatz zum Audio-Logo ist der Jingle länger. „*Wenn's um Geld geht - Sparkasse*“ ist ein textierter Jingle, der später nur noch instrumental verwendet wurde, da der Text bereits in den Köpfen der Rezipienten verankert war.<sup>175</sup>

Um Produkte und Dienstleistungen mit Emotionen aufzuladen nutzt man die Markenlieder (auch Corporate Songs oder Brand Songs genannt). Dieses Element kann zum Beispiel gut für eine Pralinenwerbung zum Valentinstag mit melodischer Liebesmusik eingesetzt werden.

Zusammenfassend ist zu betonen, dass die Musik in der Werbung immer auf den Zweck des Verkaufes abzielt. Unterschiedliche Elemente des Audio-Brandings können zielgerichtet eingesetzt werden. Große Beachtung finden auch die bereits erläuterten Funktionen von Filmmusik. Die Musik wird oftmals zielgerichtet für den Verbraucher ausgewählt, wozu auch Musikpräferenzen bestimmter Zielgruppen berücksichtigt werden und die Funktion der Erinnerung eine große Rolle spielt!

Dieses Wissen macht sich die Firma Coca Cola zu nutzen, denn die Marke Coke ist nicht ohne Grund im Jahr 2009 zur weltweit wertvollsten Marke gekürt wurden.<sup>176</sup>

### 8.3. Coca-Cola

Coca-Cola – kurz Coke – ist ein koffein- und kohlensäurehaltiges Erfrischungsgetränk. Das Getränk wurde 1886 von dem US-Amerikaner *John Stith Pemberton* erfunden. Inhaber von Coca-Cola ist die Coca-Cola Company. Sitz der 1882 gegründeten Coca-Cola Company ist Atlanta (USA).

Vom Verkauf in einer Apotheke hat sich ein Unternehmen entwickelt, aus dessen Portfolio heute täglich 1,7 Milliarden Getränke in mehr als 200 Ländern weltweit konsumiert werden.

Die Kommunikation reicht von: „*Delicious! Refreshing! Exhilarating! Invigorating!*“ im Jahr 1886 hin zu: „*Trink Coca-Cola*“. In den 60ern lautet die Parole „*Besser geht's mit Coca-Cola*“, 1989 zum Mauerfall wird emotional kommuniziert „*You can't*

---

<sup>175</sup> vgl. Helms (1999), 44 ff.

<sup>176</sup> vgl. Internetquelle 12

*beat the feeling*“. Im 21. Jahrhundert passen sich die Aussagen der Zeit an: „*Make it real*“ 2003, „*Live on the coke side of life*“ wird im Jahr 2010 zu „*Mach dir Freude auf*“.

Laut Interbrand ist Coca-Cola seit 12 Jahren mit 70 Millionen Dollar die weltweit wertvollste Marke. Sogar die Produkt-Fanpage ist mit 45 Millionen `Likes`<sup>177</sup> die beliebteste Facebookpräsenz weltweit.<sup>178</sup>

### 8.3.1. Coca-Cola und die Musik

1927 werben die ersten Radio-Jingles in den USA für Coca-Cola mit „*Vivian, the Coke girl*“. Coca-Cola startet kurz darauf Radioprogramme, teils begleitet vom eigenen Coca-Cola Orchester. In Deutschland singen die *Comedian Harmonists*: „*Alle Welt trinkt Coca-Cola, dieser Trank ist unerhört, darum wird Coca-Cola stets von Jung und Alt begehrt.*“

1942 organisiert das Unternehmen gemeinsam mit der U.S. Army einen Radio-Musik-Marathon: 43 Orchester spielen zwölf Stunden lang auf 142 Radiostationen. Mit dabei sind prominente Musiker wie Benny Goodman, Gene Krupa und Tommy Dorsey. Drei Jahre später landen die *Andrew Sisters* in den USA mit „*Rum and Coca-Cola*“ einen Hit.

1963 nehmen rund 50 Sänger und Gruppen in den USA ihre Version des Jingles „*Things go better with Coca-Cola*“ auf. Darunter sind musikalische Größen wie Gladys Knight & the Pips, die Bee Gees, die Tremeloes, Petula Clark, Marvin Gaye, Roy Orbison und Ray Charles. Sogar die *Beatles* lassen sich kurz darauf mit einer Coke-Flasche in der Hand ablichten.

1971 steigen 200 junge Menschen aus aller Welt für einen Coca-Cola Spot auf einen Berg in Italien und singen „*I'd like to buy the world a Coke*“. Die Single der Band *New Seekers* mit leicht verändertem Text wird in den USA ein Top-Ten-Hit.

---

<sup>177</sup> vgl. Internetquelle 13

<sup>178</sup> vgl. Internetquelle 14

2007 startet Coca-Cola mit der soundwave discovery tour einen der wichtigsten Wettbewerbe für junge Bands in Deutschland. 2010 entwickelt Coca-Cola mit dem Coke ‚Happiness Player‘ eine virtuelle Musikbox. Der Online-Player zeigt dem User eine Liste mit Songs an, die genau zu seiner Stimmung passen.

Mit „*Dreh den Sommer auf*“ wirbt Coca-Cola aktuell zusammen mit Spotify für das kühle Erfrischungsgetränk: „*Mach dir Freude auf*“!<sup>179</sup>

### 8.3.2. Bedeutung der Musik in „*First Time*“

1988 schnellte *Robin Beck* „*First Time*“ in Großbritannien, Deutschland, der Schweiz und den Niederlanden an die Chart Spitze. Grund: Coca-Cola Werbung.<sup>180</sup>

*„First time first love oh what feeling is this electricity flows with the  
very first kiss  
Like a break in the clouds and the first ray of sun I can feel it  
inside something new has begun  
And it's taking control of my body and mind it begins when I  
heard I love you  
For the very first time“*<sup>181</sup>

Während des Videos sieht man verschiedene menschliche Beziehungen von Jung bis Alt, von Freundschaft zu Liebe, vom ersten Kuss bis zum Wiedersehen im Alter. Gegen Ende des Werbespots werden diese Menschen dann Coca-Cola trinkend gezeigt. Die Sängerin *Robin Beck* ist Live im Video beim performen des Songs zu sehen. Eingebunden in das Lied, singt sie am Ende „*Can´t beat the real thing*“ also den Werbeslogan von Cola in diesem Jahr.

Hierbei dient ausschließlich der Gesang zur Inhaltsübermittlung. Die Liebessequenzen scheinen nur dazu geschnitten. Dass Augenmerk liegt eindeutig auf der Musik, die von Liebe, dem ersten Kuss und schließlich die Liebe zur Cola erzählt. Die Anwesenheit der Sängering im Video lenkt die Aufmerksamkeit des

<sup>179</sup> vgl. Internetquelle 15

<sup>180</sup> vgl. Internetquelle 16

<sup>181</sup> vgl. Soundtrackverzeichnis Coca-Cola

Zuschauers noch mehr auf die Musik.<sup>182</sup>

Die Musik trägt sowohl den Namen „Coca-Cola“ in sich als auch den Werbeslogan. Ohne die Musik würde der Rezipient nur Szenen der Liebe und das Trinken einer Cola sehen. Die Musik lässt den Zuschauer die Emotionen verstehen, er fühlt mit und versteht durch die dramatische, gefühlvolle Stimme *Robin Becks*, er begreift, was Coca-Cola vermitteln möchte!

### 8.3.3. Bedeutung der Musik in „*Wonderful Dream*“

Im Jahr 2001 startet Coca-Cola die erste Weihnachtswerbung für den Coca-Cola Truck.

*Melanie Thornton*s „*Wonderful Dream*“ wird der Weihnachtshit des Jahres 2001.

Coca-Cola macht es möglich.<sup>183</sup>

Der klassische Weihnachtssong stimmt auf die festlichen Tage ein. Der Coca-Cola Truck fährt durch die Landschaft und erleuchtet alles um sich herum mit glitzernden, bunten Lichtern, so wie es Weihnachten üblich ist: Kerzenschein, Lichterketten, Weihnachtssterne.

Die Hauptdarstellerin ist ein kleines Mädchen, dessen Augen funkeln, wenn sie den Coca-Cola Truck sieht.

Auch diese Werbung funktioniert ohne Dialoge, die Darsteller selbst sprechen nicht, die Musik spricht für sich.

*„A wonderful dream of love and peace for everyone  
Of living our lives in perfect harmony  
A wonderful dream of joy and fun for everyone  
To celebrate a life where all are free“<sup>184</sup>*

---

<sup>182</sup> vgl. Internetquelle 16

<sup>183</sup> vgl. Internetquelle 15

<sup>184</sup> vgl. Soundtrackverzeichnis Coca Cola

Aus dem Off ertönt eine tiefe Männerstimme, die an die des Weihnachtsmannes anmuten könnte und berichtet darüber, dass die Trucks nun auch in ‚deine‘ Nähe kommen.

Auch hier ist der Werbeslogan „*Life tastes good*“ im Songtext eingebaut.<sup>185</sup>

Die Musik erzeugt eindeutig Weihnachtsstimmung, Chöre, Glocken und himmlische Töne.

Die Grundfunktion ist auch hier das Emotionalisieren durch Musik. Der Zuschauer wird durch die Musik und die Off-Stimme auf Weihnachten in Verbindung mit Coca Cola polarisiert!

#### 8.4. Schlussbetrachtung

Coca-Cola schafft es, den musikalischen Zeitgeist zu erkennen und bewusst einzusetzen. Die Firma erreicht noch mehr als eine Erinnerungswirkung beim Rezipienten, durch die Werbung werden die verwendeten Songs zu Nummer-1-Hits und laufen im Radio hoch und runter. Coca-Cola nimmt die Möglichkeit des Audio-Brandings so ernst, dass eigene Coca-Cola-CDs vermarktet werden. Auf der Internetpräsenz ist sogar ein Coca-Cola Music Player, der für gute Laune sorgen soll integriert. Der Kunde kann ‚Playlists‘ abspielen, ein bevorzugtes Genre auswählen und Informationen zum Interpreten oder der Band erhalten.

Musik ist ein großer Bestandteil der Marketingstrategie von Coca-Cola.

Der Konkurrent Pepsi-Cola hat sich die Vermarktung mittels Musik zum Vorbild gemacht und steht stetig in Konkurrenz zum Marktführer Coca-Cola.

Es scheint kein Kampf mehr um das bessere Getränk oder die Rezeptur zu sein, vielmehr geht es um die Verhandlung mit dem bekannteren Künstler und die beste Musikauswahl. Als Pepsi in den 80er Jahren *Michael Jackson* als Kommunikator mit einem Song von ihm ins Boot holte, wurde die Musikkonkurrenz erst recht entfacht.<sup>186</sup>

Musik ist unwillkürlich mit Werbung, und Werbung mit Musik verbunden!

---

<sup>185</sup> vgl. Internetquelle 17

<sup>186</sup> vgl. Internetquelle 18

## 9. Fazit

Das am Anfang dieser Bachelorarbeit erwähnte Zitat von Angelo Branduardi:

*„Musik ist die beste Kommunikation“<sup>187</sup>*

galt es zu beweisen.

Denn als Regie-Studentin der ‚medienakademie‘ Hamburg konnte ich schon vor und natürlich während meines Studiums Filme mit ‚anderen‘ Augen sehen und verstehen.

Die Bedeutung der Musik für mich selbst und für das Leben, welches ich führe, nimmt einen hohen, aber vor allem mir bewussten Stellenwert ein.

Da für mich Filme immer ein Bestandteil meines Lebens sind, aufgrund von Fantasien, Wünschen, Erelbnissen und anderen Dingen, spielte für mich die Musik schon immer eine entscheidende Rolle in der Welt des Films.

Schon die Erläuterung der historischen Hintergründe von Filmmusik konnte zeigen, dass Musik Funktionen zugeschrieben sind und Musik somit etwas kommunizieren soll. Zwar konnte ich nach eingehender Recherche der menschlichen Wahrnehmung feststellen, dass die Wahrnehmung von Filmmusik nicht nur rein wissenschaftlich zu belegen ist, sondern dass die menschliche Wahrnehmung sehr individuell und subjektiv vonstatten geht.

Die Tatsache, dass Musik Emotionen auslöst, ist jedoch einer von vielen Beweisen, dass Musik wirkt, kommuniziert und bedeutet.

Die Erkenntnisse, die im genrespezifischen Kontext gewonnen wurden, führen sogar noch weiter, als bisher in vorigen Kapiteln erwähnte Wirkungs- und Funktionsmodelle.

Die Analyse von „*Jacky Brown*“ zeigte, dass Musik dazu in der Lage ist, konkrete Handlungen, Gedanken zu vermitteln, dem Zuschauer hilft zu ergründen, welches Genre gezeigt wird und in welcher Zeit der Film spielt.

---

<sup>187</sup> Zitat aus Internetquelle 1

Ähnlich überraschende Ergebnisse stellten sich bei der Erarbeitung der Marke Coca-Cola heraus.

Nicht nur, dass auch hier die Musik erzählerische Funktion übernimmt, sondern Musik wird zu einer ganzen Marketingstrategie. Die Firma schafft es, dass Coca-Cola Songs in die Charts kommen und vermarktet einen eigens erstellten Musik-Player auf ihrer Internet-Plattform, um für gute Laune zu sorgen.

Musik beeinflusst das Rezeptionserleben von Filmen!

Ich persönlich vertrete die Meinung, dass Musik, ebenso wie es *Tarantino* und *Kubrick* schon unternahmen, einen noch höheren Einsatz in der Filmproduktion gewinnen sollte.

Musik emotionalisiert im Film, also auch im Alltag und auf Arbeit.

Sogar die Medizin nutzt Musik mittlerweile zur Schmerztherapie. Sowohl um physische, als auch psychische Schmerzen zu lindern!<sup>188</sup>

Die Idee, sich selbst zu emotionalisieren und mit Musik seine Schauspieler in die passende Stimmung zu versetzen, halte ich für unwahrscheinlich sinnvoll und werde ich, sobald es mir möglich ist, selbst praktizieren.

Ich glaube sogar, man könnte noch weiter gehen und den Rhythmus eines Musikstückes als Grundlage nutzen, um später den Film in genau diesen Rhythmen zu schneiden.

Einen Versuch ist es wert!

---

<sup>188</sup> vgl. Internetquelle 19







## 10. Anhang

### 10.1. Literaturverzeichnis (alphabetisch geordnet)

- Altenmüller**, Eckart (2005): Was hört das Auge, was sieht das Ohr? -  
Das multisensorisch vernetzte Gehirn in der Musikpädagogik, in: Hören  
und Sehen – Musik audiovisuell
- Barnes**, Alan/**Hearn**, Marcus (1996): Tarantino A to Zed The Films of Quentin  
Tarantino, London: B T Batsford Ltd
- Baumgarth**, Carsten (2004): Markenpolitik, 1. Aufl., Wiesbaden: Gabler Verlag
- Behne**, Klaus-Ernst (1987): Zur besonderen Situation des filmischen Erlebens,  
in: Klaus-Ernst Behne (Hrsg.) Film – Musik – Video oder die  
Konkurrenz von Auge und Ohr, Regensburg: Bosse
- Bronner**, Rainer Hirt (Hrsg.) (2007): Audio-Branding, Entwicklung, Anwendung,  
Wirkung akustischer Identitäten in Werbung, Medien und Gesellschaft,  
München: Verlag Reinhard Fischer
- Bruhn**, Manfred (2005): Unternehmens- und Marketingkommunikation, 1. Auflage,  
München: Verlag Franz Vahlen
- Bullerjahn**, Claudia (2001): Grundlagen der Wirkung von Filmmusik, Augsburg:  
Wißner Lehrbuch
- Bullerjahn**, Claudia und **Güldenring**, Markus (1994): An empirical investigation of  
Effects of film music using qualitative content analysis, in  
Psychomusicology, Bd. 13
- Cohen**, Annabel J. (2001): Music as a source of emotion in film.  
In: Juslin, Patrick N./ Sloboda, John A.: Music and emotion. Theory  
and research. Oxford

- De la Motte-Haber, Helga/Emons, H.** (1980): Filmmusik - Eine systematische Beschreibung, München
- De la Motte-Haber, Helga** (1984): Musikpsychologie, Regensburg: Laaber
- De la Motte-Haber, Helga** (1985): Handbuch der Musikpsychologie, Laaber
- De la Motte-Haber, Helga** (2002): Handbuch der Musikpsychologie. 3. Auflage, Laaber
- Düssel, Mirko** (2006): Handbuch Marketingpraxis, 1.Aufl., Berlin: Cornelsen Verlag
- Fabich, Rainer** (1993): Musik für den Stummfilm - Analysierende Beschreibung originaler Filmkompositionen, Europäische Hochschulschriften, Reihe 36, Bd./Vol. 94, Musikwissenschaft, Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH
- Hein, Doreen** (2006): Corporate Identity für kleine Unternehmen, Saarbrücken: VDM Verlag
- Helms, Siegmund** (1999): Musik in der Werbung - Theorien und Tatsachen, in: Musik und Unterricht Bd. 5
- Hesse, Horst-Peter** (2003): Musik und Emotionen – wissenschaftliche Grundlagen des Musik-Erlebens, Wien: Springer Wien NewYork
- Hickethier, Knuth** (1993): Film- und Fernsehanalyse, Stuttgart/Weimar
- Hülshoff, Thomas** (1999): Emotionen - Eine Einführung für beratende, therapeutische pädagogische und soziale Berufe, München; Basel
- Kilian, Karsten** (2007): Von der Markenidentität zum Markenklang als Markenelement, in: Kai Bronner, Rainer Hirt (Hrsg.): Audio-Branding - Entwicklung, Anwendung, Wirkung akustischer Identitäten in Werbung,

Medien und Gesellschaft, München: Verlag Reinhard Fischer

**Lehmann, M.** (2005): Auditive Unternehmenskommunikation,  
Eine Betrachtung der Stimme im Kontext der Markenkommunikation, Berlin

**Lensing, Jörg Uwe** (2006). Sound-Design, Sound-Montage, Soundtrack,  
Komposition - Über die Gestaltung von Filmtönen, Stein-Bockenheim:  
media book Verlag.

**Libscomp, Scott D.** (1994): Perceptual judgement of the relationship between  
Musical and visual components in film, in Psychomusicology, Bd. 13

**Lissa, Zofia** (1965): Ästhetik der Filmmusik, Berlin: Henschelverlag

**Maas, Georg** (1993): Filmmusik, in: Bruhn, Herbert/Oerter, Rolf/  
Rösing, Helmut (Hrsg.): Musikpsychologie - Ein Handbuch.  
Reinbek bei Hamburg

**Maas, Georg/Schuddack, Achim** (1994): Musik und Film – Filmmusik -  
Informationen und Modelle für die Unterrichtspraxis, Mainz

**Monaco, James** (2000): Film verstehen - Kunst, Technik, Sprache, Geschichte  
Und Theorie des Films, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Verlag

**Neiß, Julia** (2007): Filme von Quentin Tarantino - Ein Regisseur prägt ein neues  
Genre, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller

**Ottenheim, Konrad** (1944): Film und Musik bis zur Einführung des Tonfilms -  
Beiträge zu einer Geschichte der Filmmusik, Berlin

**Pauli, Hansjörg** (1976): Filmmusik - Ein historisch kritischer Abriss, in:  
Hans-Christian Schmidt (Hrsg.): Musik in den Massenmedien Rundfunk  
und Fernsehen - Perspektiven und Materialien, Mainz: Schott

**Pauli, Hansjörg** (1981): : Filmmusik - Stummfilm, Stuttgart: Klett

**Peary, Gerald** (1998): Quentin Tarantino Interviews, Mississippi: University Press of Mississippi

**Schmidt, Hans Christian** (1988): Spiel mir das Lied...- ein Überblick  
zur Filmmusik zum Kennenlernen und Gefallenfinden,  
Universitas Zeitschrift für Wissenschaft, Kunst und Literatur 43

**Schmidt, Hans- Christian** (1976): Musik als Einflussgröße bei der  
filmischen Wahrnehmung, in: Hans-Christian Schmidt (Hrsg.):  
Musik in den Massenmedien Rundfunk und Fernsehen.  
Perspektiven und Materialien, Mainz: Schott

**Seeßlen, Georg** (1998): Zärtliche Zerstörungen - Anmerkungen zur Musik in  
Tarantinos Filmen, in: Fischer, Robert: Quentin Tarantino,  
2. erweiterte Auflage, Berlin: Bertz + Fischer

**Smith, Jeff.** (1999): Movie Music as Moving Music - Emotion, Cognition,  
and the Film Score in: Plantinga, Carl/Smith, Greg M. (Hrsg.):  
Passionate views - Film, cognition, and emotion. Baltimore

**Schneider, Norbert Jürgen** (1986): Handbuch Filmmusik - Musikdramaturgie  
im Neuen Deutschen Film. München. In: Kommunikation audiovisuell -  
Beiträge aus der Hochschule für Fernsehen und Film München, Bd.13

**Schneider, Norbert Jürgen** (1997): Komponieren für Film und Fernsehen –  
Ein Handbuch, Mainz: Schott

**Schönberger, Jörg** (2006): Musik und Emotionen - Grundlagen, Forschung,  
Diskussion, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller

**Tauchnitz, Jürgen** (1990): Werbung mit Musik. Theoretische Grundlagen  
und experimentelle Studien zur Wirkung von Hintergrundmusik in

Rundfunk- und Fernsehwerbung, Heidelberg: Physica-Verlag

**Thiel**, Wolfgang (1981): Filmmusik in Geschichte und Gegenwart, Berlin

**Wagner**, Richard (1849): Das Kunstwerk der Zukunft, in:  
Gesammelte Schriften und Dichtungen, Bd. 3, Leipzig: J.J. Weber.

**Winterhoff-Spurk**, Peter (2001): Fernsehen - Fakten zur Medienwirkung,  
2. überarbeitete und ergänzte Auflage, Bern:Verlag Hans Huber

## 10.2. Internetquellen

Internetquelle 1

<http://www.zitate.de/kategorie/Musik/>

Stand: 07.07.2012, 09:13

Internetquelle2

<http://www.filmportal.de/thema/die-entstehung-des-deutschen-tonfilms>

Stand: 25.06.2010, 15:21

Internetquelle 3

<http://server4.medienkomm.uni-halle.de/foellmer/musikhoeren/Marc.html>

Stand: 25.06.2012, 17:52

Interentquelle 4

<http://dashoergeraet.eu/das-gehoer/anatomie-des-ohres.html>

Stand: 25.06.2012, 19:25

Internetquelle 5

<http://www.liss-kompodium.de/hirnforschung/roth-verstand+gefuehle.htm>

Stand: 23.05.2012, 16:08

## Internetquelle 6

<http://gestalttheory.net/musicology/ehrenfels1932.html>

Stand: 26.06.2012, 13:31

## Internetquelle 7

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=2065>

Stand: 01.07.2012, 19:30

## Internetquelle 8

<http://rogerebert.suntimes.com/apps/pbcs.dll/article?AID=/19971224/REVIEWS/712240302/>

Stand: 22.06.2012, 07:16

## Internetquelle 9

<http://www.youtube.com/watch?v=cnNyxy7XPfs>

Stand: 13.07.2012, 08:44

## Intenetquelle 10

[http://www.absatzwirtschaft.de/content/\\_p=1004040,sst=INYyPqACRxtXjq9MXjVufw wfl3oIT1rwA87Dpv8P6JE%253d](http://www.absatzwirtschaft.de/content/_p=1004040,sst=INYyPqACRxtXjq9MXjVufw wfl3oIT1rwA87Dpv8P6JE%253d)

Stand: 13.07.2012, 10:03

## Internetquelle 11

<http://www.heise.de/tr/artikel/Unter-Kaufklang-281321.html>

Stand: 15.07.2012, 14:26

## Intenetquelle 12

<http://de.statista.com/themen/237/coca-cola/>

Stand: 16.07.2012, 13:10

## Internetquelle13

<http://www.facebook.com/cocacola>

Stand: 16.07.2012, 14:00



Internetquelle14

<http://www.coca-cola-gmbh.de/unternehmen/index.html>

Stand: 16.07.2012, 17:00

Internetquelle 15

[http://www.coca-cola-gmbh.de/pdf/eMag\\_3\\_Lebensfreude\\_und\\_Lifestyle.pdf](http://www.coca-cola-gmbh.de/pdf/eMag_3_Lebensfreude_und_Lifestyle.pdf)

Stand: 15.07.2012, 11:10

Internetquelle 16

<http://www.youtube.com/watch?v=EyaDFTRQHU4>

Stand: 16.07.2012, 22:15

Internetquelle 17

<http://www.youtube.com/watch?v=LLQ7Q-1E9AQ>

Stand: 28.06.2012, 23:18

Internetquelle 18

<http://www.heise.de/tp/artikel/27/27033/1.html>

Stand: 27.06.2012, 14:58

Internetquelle 19

<http://www.zeit.de/zeit-wissen/2012/01/Psychologie-Musik>

Stand: 14.05.2012, 16:30

### **10.3. Filmverzeichnis**

Bowling for Columbine (2002) - Michael Moore

Cinema Paradiso (1988) - Giuseppe Tornatore

Citizen Kane (1941) - Orson Wellis

Coffy (1973) - Jack Hill

Der König der Löwen (1994) - Roger Allers

Der Name der Rose (1980) - Jean-Jaques Annaud

Der schmale Grat (1988) - Terrence Mallick

Der weiße Hai (1975) - Steven Spielberg

Fluch der Karibik (2003) - Gore Verbinski

Foxy Brown (1974) - Jack Hill

Friday Foster (1975) - Arthur Marks

Frühstück bei Tiffany (1961) - Blake Edwards

Große Freiheit Nr. 7 (1944) - Helmut Käutner

Inception (2010) - Christopher Nolan

Jacky Brown (1997) - Quentin Tarantino

Miss Daisy und ihr Chauffeur (1989) - Bruce Beresford

München (2005) - Steven Spielberg

Pretty Women (1990) - Garry Marshall

Psycho (1960) . Alfred Hitchcock

Schindlers Liste (1993) - Steven Spielberg

Schwiegen der Lämmer (1991) - Jonathan Demme

Sheba Baby (1975) - William Girdler

Sherlock Holmes (2009) - Guy Ritchie

Spiel mir das Lied vom Tod (1968) - Sergio Leone

Star Wars (1977) - George Lucas

Superman (1978) - Richard Donner

The Da Vinci Code (2006) - Ron Howard

The Jazz Singer (1927) - Alan Crosland

True Romance (1993) - Tony Scott

Zwei Glorreiche Halunken (1966) - Sergio Leone

#### **10.4. andere Quellen**

Deutsche Kinemathek,  
Museum für Film und Fernsehen  
Potsdamer Straße 2, 10785 Berlin

## 10.5. Begriffserklärungen

**Afferente** Nerven führen zum Zentralnervensystem hin, **efferente** Nerven davon weg zu den Organen

‚**Laterna magica**‘ (lat. „Zauberlaterne“) bezeichnet ein, vom 17. bis 20. Jahrhundert in Europa verbreitetes Projektionsgerät. Sie funktioniert nach dem umgekehrten optischen Prinzip der ‚Camera Obscura‘ und ist somit Vorläufer der späteren Dia- und Filmprojektoren.

**vegetativ** - vegetative Funktionen des Körpers, sind unterbewusst ablaufende Körperfunktionen

## 10.6. Soundtrackverzeichnis Jacky Brown

"Across 110th Street" (1972)

Musik und Text: Bobby Womack

Stimme: Bobby Womack

"Baby Love" (1965)

Musik: Brian Holland, Lamont Dozier

Text: Lamont Dozier, Eddie Holland

Stimme: The Supremes

"Long Time Woman" (1971)

Autor: Les Baxter

Stimme: Pam Grier

"Natural High" (1973)

Autor: Charles McCormick

Stimme: Bloodstone

"Exotic Dance" (1973)

Autor: Roy Ayers

Stimme: Roy Ayers

"Tennessee Stud" (1959)

Autor: Jimmie Driftwood

Stimme: Johnny Cash

"My Touch of Madness" (1976)

Autor: Michael Lovesmith

Stimme: Jermaine Jackson

"La La La Means I Love You" (1968)

Autor: Thom Bell, William Hart

Stimme: The Delfonics

"Didn't I Blow Your Mind This Time" (1970)

Autor: Thom Bell, William Hart

Stimme: The Delfonics

"Inside My Love" (1979)

Autor: Minnie Riperton, Dick Rudolph, Leon Ware

Stimme: Minnie Riperton

"(Holy Matrimony) Letter to the Firm" (1996)

Autor: Foxy Brown, Samuel Barnes, Jean Claude Olivier, Isaac Hayes

Stimme: Foxy Brown

"Who Is He (And What Is He to You?)" (1972)

Autor: Bill Withers

Stimme: Bill Withers

"Cissy Strut" (1969)

Autor: Joseph Modeliste, Art Neville, Leo Nocentelli, George Porter Jr.

Stimme: The Meters

„True Romance“ (1973)

Autor: Roy Ayers

Stimme: Roy Ayers

"Monte Carlo Nights" (1995)

Autor: Elliot Easton

Stimme: Elliot Easton's Tiki Gods

"She Puts Me in the Mood" (1988)

Autor: Elvin Bishop

Stimme: Elvin Bishop

"Undun" (1969)

Autor: Randy Bachman

Stimme: The Guess Who

"Midnight Confessions" (1968)

Autor: Lou Josie

Stimme: The Grassroots

"Street Life" (1981)

Autor: Will Jennings, Joe Sample

Stimme: Randy Crawford

„Strawberry Letter 23“ (1977)

Stimme: Brothers Johnson

"Vittrone's Theme - King Is Dead" (1973)

Autor: Roy Ayers and Harry Whitaker

Stimme: Roy Ayers

"Escape" (1973)

Autor: Roy Ayers

Stimme: Roy Ayers

"The Lions and the Cucumber" (1971)

Autor: Manfred Hübler, Sigi Schwab

Stimme: The Vampire Sound Incorporation

"Grazing in the Grass" (1965)

Autor: Philemon Hou, Harry Elston

Stimme: Orchestra Harlow

"Mad Dog (Feroce)" (1977)

Autor: Umberto Smaila

Stimme: Umberto Smaila

"Chicks Who Love Guns" (1997)

Autor: Joseph Julián González

Stimme: Joseph Julián González

"Jizz da Pitt" (1995)

Autor: Slash, Mike Inez

Stimme: Slash's Snakepit

"Luxury Hotel"

Autor: Brad Hatfield

Stimme: Brad Hatfield

„Wonderful World (Dont´t know munch)“ (1960)

Autor: Herb Alpert, Lou Adler

Stimme: Sam Cooke

## 10.7. Soundtrackverzeichnis Coca Cola

„First time“ (1988)

Stimme: Robin Beck

„Wonderful dream“ (2001)

Stimme: Melanie Thornton



## 10.8 Eigenständigkeitserklärung

Hiermit bestätige ich, Marie Bohr, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen, als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Die Stellen der Arbeit, die dem Wortlaut oder dem Sinn nach anderen Werken entnommen sind, wurden unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht.

Hamburg, 01.08.2012

Marie Bohr